

**PROPOSTA D'ACORD PER A LA SESSIÓ ORDINÀRIA NÚM. 4/2019
DEL CONSELL DE GOVERN DE LA UdG RELATIVA A L'APROVACIÓ
DELS CANVIS PROPOSATS PER LA FACULTAT DE TURISME DE
MODIFICACIÓ DE LA MEMÒRIA DEL MÀSTER UNIVERSITARI EN
DIRECCIÓ I PLANIFICACIÓ DE TURISME**

Exposició de motius:

Atès que la Comissió de Programació d'Estudis a la sessió 03/19 de 4 d'abril de 2019 va analitzar els canvis proposats per la Facultat de Turisme de modificació de la memòria del Màster Universitari en Direcció i Planificació de Turisme i va acordar trametre-la a exposició pública. Atès que ha finalitzat el període d'exposició pública i que no s'han presentat al·legacions.

Atès que la Comissió de Programació d'Estudis a la sessió 04/19 de 23 de maig de 2019 va acordar elevar la memòria d'aquest màster al Consell de Social.

En virtut de tot allò exposat, **es proposa ACORDAR:**

Únic. Aprovar els canvis proposats per la Facultat de Turisme de modificació de la memòria del Màster Universitari en Direcció i Planificació de Turisme, la qual s'annexa a la present.

El vicerector de Docència i Planificació Acadèmica,

Josep Maria Serra Bonet

Girona, 6 de juny de 2019



Universitat de Girona

MEMORIA DEL MÁSTER UNIVERSITARIO EN DIRECCIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL TURISMO

Universidad solicitante: Universidad de Girona

Centro responsable: Facultad de Turismo

Denominación del título:

Máster Universitario en Dirección y Planificación del Turismo por la Universidad de Girona

Rama de conocimiento:

Ciencias Sociales y Jurídicas

Habilita para el ejercicio de profesiones reguladas según normas de habilitación: El título no está vinculado a ninguna profesión reglada.

Índice:

1. Descripción del título.....	3
2. Justificación	5
3. Objetivos.....	15
4. Acceso y admisión de los estudiantes.....	24
5. Planificación de las enseñanzas	31
6. Personal académico	49
7. Recursos materiales y servicios	53
8. Resultados previstos	57
9. Sistema de garantía de calidad.....	59
10. Calendario de implantación	59

- ANEXO I

1. Descripción del título

1.1. Denominación: Máster universitario en Dirección y Planificación del Turismo por la Universidad de Girona.

Listado de especialidades: Gestión de Destinos, Productos Turísticos, Dirección Hotelera, Estrategias de la Comunicación Turística, Publicidad y Marketing Online

Rama de conocimiento: Ciencias Sociales y Jurídicas

Profesión regulada para la que capacita el título: El título no está vinculado a ninguna profesión reglada.

Profesión regulada según resolución:

1.2. Distribución de créditos en el título:

Créditos ECTS totales: 60 ECTS

Créditos de formación obligatoria: 15 ECTS

Créditos de formación optativa: 27 ECTS

Créditos de prácticas externas: 6 ECTS

Créditos de trabajo de fin de máster: 12 ECTS

1.3. Modalidad de enseñanza: Presencial

Centro de impartición: Universitat de Girona

Períodos de docencia: Septiembre-Junio

Lenguas utilizadas durante la formación: Castellano, catalán e inglés.

En algunos casos para complementar bibliografías o en alguna conferencia se podrán usar otras lenguas extranjeras como el francés, el italiano o el alemán que en ningún caso tendrán un requisito de conocimiento específico.

1.4. Número de plazas de nuevo ingreso ofertadas:

Primer año: 40 (entre los distintos itinerarios).

1.5. Criterios y requisitos de matriculación:

La normativa de la Universidad de Girona relativa a la matrícula en los diferentes estudios que imparte, incluidos los de máster, puede consultarse a través de su página web:

<https://www.udg.edu/es/estudia/Tramits-normatives-i-preus/Normatives/Normes-de-matricula>

Véase, asimismo, el capítulo 4 de esta memoria, en el que se refleja los procesos de preinscripción y matriculación en el máster.

Número mínimo de créditos de matrícula por estudiante y período lectivo:

Normas de permanencia:

<https://www.udg.edu/es/estudia/Tramits-normatives-i-preus/Normatives/Permanencia-en-els-estudis-de-master-universitari>

1.6. Resto de información necesaria para la expedición del Suplemento Europeo del título:

En los apartados anteriores ya se ha aportado toda la información necesaria para la expedición del Suplemento Europeo del título.

2. Justificación

2.1. Justificación del título: interés académico, científico y/o profesional:

2.1.1. Introducción

La necesidad de estudios de turismo

En España, el turismo se integra en las nuevas coordenadas políticas y económicas que se derivan del Plan de Estabilización del año 1959. En este contexto, el Ministerio de Información y Turismo opta por la creación de los estudios oficiales de turismo y de un centro de referencia. El Decreto de 17 de septiembre de 1963 reconoce la Escuela Oficial de Turismo como patrón para las escuelas no oficiales y como centro oficial para revalidar la titulación que obtienen los estudiantes que cursaban turismo en centros privados. Se daba forma también a la titulación en Técnico en Empresas Turísticas (TET), el primer título oficial vinculado con el turismo.

La Ley 48/1963 es el primer intento legislativo integral sobre el turismo y el marco que da pie a la creación del título en Técnico en Empresas Turísticas (TET) y la Escuela Oficial de Turismo de Madrid. Estos primeros antecedentes serán la semilla de los estudios posteriores.

El contexto histórico de los 70 repercutirá de forma evidente en el modelo de formación en turismo. En primer lugar, porque la crisis del turismo del 73 (una crisis repentina, dura y general) crea por primera vez la conciencia de que el turismo es una actividad que requiere una gestión profesional. En segundo lugar, la consolidación del régimen democrático y la aparición de las comunidades autónomas permite romper con el modelo centralista y uniforme del TET.

Una transformación significativa para los estudios llega el año 1980, a raíz de la transferencia de competencias a las comunidades autónomas. En este año se crea una nueva titulación que es la de Técnico en Empresas y Actividades Turísticas (TEAT), a partir del Real Decreto 865/1980. Nominalmente, no hay cambios sustantivos entre los dos planes de estudios. En la práctica, sin embargo, la metodología docente, los contenidos y la relevancia de las optativas sí nos permiten hablar de una evolución significativa entre los dos modelos.

Como los estudios en turismo (TET y TEAT) no estaban adscritos directamente al ámbito universitario, sino que dependían de la administración turística, las comunidades autónomas iniciaron el proceso de regulación de estos estudios. La primera escuela oficial de turismo que se crea fuera de Madrid es la de Cataluña. En 1989, la Generalitat crea la Escuela Oficial de Turismo en Girona. Poco después, verían la luz las escuelas de Baleares (1990), Canarias (1990), País Valenciano (1994), Castilla–León (1995) y Andalucía (1996).

El Plan TEAT se creó para poder adaptarse a la Ley de 1970 sobre titulaciones superiores, coincidiendo con el momento en que se aprueba la Ley de Reforma Universitaria (LRU), que destaca explícitamente que los estudios superiores deben ser impartidos en la universidad, de manera que el Plan TEAT vivirá una situación extraña hasta la creación del título universitario de Diplomado en Turismo (1996).

Finalmente, el Real Decreto 604/96 de 15 de abril, propone la adecuación de los estudios en turismo al marco que había dibujado la Ley de Reforma Universitaria (LRU). En el decreto aparece, en el catálogo de titulaciones españolas, la carrera 132: Diplomado en Turismo. Antes, sin embargo, otro decreto (el 259/96) había propuesto la titulación transitoria de Diplomado en Empresas de Actividades Turísticas (DEAT), para poder facilitar la adaptación de los centros al modelo universitario.

El perfil de Diplomado en Turismo, según el Real Decreto, es el de un profesional capacitado para dirigir un entorno turístico, así como un profesional capaz de integrar coherentemente el sector turístico en el medio natural y urbano, es decir, lo que se ha llamado un planificador turístico. Por lo tanto, la diplomatura turística enfatiza en dos perfiles básicos: el de gestión empresarial y el de planificación turística.

Quizás los estudios en turismo han sido tradicionalmente un espacio propicio para estos ejercicios de cambio y funambulismo académico. En primer lugar, porque como se ha explicado anteriormente, durante muchos años los estudios turísticos han estado fuera del ámbito universitario, a pesar de lo que regulaba la Ley de Reforma Universitaria. Esta ubicación *en la frontera* ha tenido algunos efectos negativos, pero también ha dotado a los estudios turísticos de una cierta autonomía y capacidad de adaptación. Algunos aspectos que ahora se consideran centrales en la renovación de la universidad (los idiomas, las prácticas, la combinación de diversas disciplinas...) forman parte de la práctica de los estudios turísticos desde sus orígenes. En segundo lugar, la ausencia de una "ciencia turística" ha favorecido una concepción de los estudios turísticos como un espacio de confluencia de diversas disciplinas y epistemologías.

Los estudios de turismo en la Universitat de Girona

La tradición turística de esta universidad es muy relevante. La Universidad de Girona ha mantenido históricamente una actividad docente e investigadora muy activa en el ámbito del turismo, tanto desde la antigua Escuela Oficial como desde los grupos de investigación del resto de la Universidad. Es evidente que esta especialización se explica por el marco geográfico de la UdG, muy condicionado por los efectos de la práctica turística en las comarcas gerundenses.

De hecho, si se hace un ejercicio de memoria histórica empezariamos hablando de la Escuela Oficial de Turismo de la Generalitat de Catalunya, la cual fue creada el año 1989 en la ciudad de Girona, siendo la segunda escuela oficial que se creaba en España, después de la Escuela Oficial de Turismo de Madrid. Este centro dependía de un Consorcio, el Instituto Superior de Estudios Turísticos (INSETUR), integrado por la Generalitat, la Universidad de Girona y representantes de diversos sectores turísticos del país. La Generalitat decidió situar el centro en Girona, tanto por la especialización turística de las comarcas como por las reiteradas peticiones de la Universidad de Girona. La Escuela Oficial inició su actividad con una doble función: en primer lugar, era un centro docente donde se impartía el título de Técnico en Empresas y Actividades Turísticas (TEAT) vigente en aquel momento; en segundo lugar, era el centro que gestionaba las Pruebas de Evaluación Final (PAF) que tenían que superar los estudiantes de turismo de los centros adscritos y los estudiantes de la propia escuela EOT.

El Decreto 259/96 transforma el escenario. En aplicación de la LRU, los centros superiores de turismo deben integrarse en una universidad. El primer resultado de este proceso fue la adscripción en julio de 1997 de INSETUR a la Universidad de Girona, como paso previo a su integración. El convenio de integración de la Escuela Oficial de Turismo de la Generalitat de Cataluña a la Universidad de Girona se firma en julio de 2001.

La Universidad de Girona, a pesar de su juventud, es una de las primeras universidades en mostrarse interesada por los estudios en turismo, participando activamente en la creación de la primera Escuela Oficial de Turismo de Cataluña y siendo pionera en la integración de los estudios en turismo a la Universidad. El Decreto 90/2002, de 5 de marzo (DOGC núm. 35897 de 18-03-2002), revoca la adscripción de la Escuela Oficial de Turismo de la Generalitat de Cataluña a la Universidad de Girona, para integrarse en la UdG bajo la denominación de Escuela Universitaria de Turismo, con efectos del curso académico 2001-2002. Este decreto convierte la Universidad de Girona en la primera universidad de Cataluña que ofrecía unos estudios en turismo a precio público. La integración de la Escuela de Turismo a la UdG precipita la disolución y liquidación del Instituto Superior de Estudios

Turísticos (INSETUR). El Decreto 18/2003, de 8 de enero (DOGC núm. 3806 de 23-01-2003), determina el fin del INSETUR.

Finalmente, el 4 de diciembre de 2007 se crea la Facultad de Turismo (según Orden 442/2007 del Departamento de Innovación, Universidades y Empresa de la Generalitat de Catalunya, DOGC Núm. 5021 de 3/12/07), siendo la primera Facultad de Turismo de todo el Estado español. Nuevamente, queda constancia de la relevancia de estos estudios dentro del contexto universitario de la Universidad de Girona.

El Grado en Turismo, ya verificado, es la construcción de una propuesta académica basada en unos objetivos, unas propuestas metodológicas y una concepción determinada del objeto de estudio. Es a la vez una propuesta que responde a un determinado contexto académico de cambio y un contexto geográfico muy particular (la Universidad de Girona). El proyecto de Grado en Turismo presentado se enmarca en un contexto académico caracterizado por la transdisciplinariedad, la relación entre conocimientos y prácticas diversas.

Pero desde la Universidad de Girona no se ha limitado a impartir estudios de diplomado y ahora de grado. En 1999 participó con diversas universidades (Universidades de Alcalá de Henares, Alicante, Autónoma de Barcelona, Barcelona, Girona, Granada, Illes Balears, Oviedo, Jaime I, Málaga, Murcia y Rovira i Virgili, entre otras) en la redacción de propuestas de troncalidad para un del plan de estudios del título de licenciado en turismo e inició su estudio propio correspondiente.

La demanda social de estudios como de segundo grado puede considerarse muy alta si se atiende a aspectos como: (1) El importante peso de la actividad turística y recreativa en la economía española e internacional, (2) el cambio de consideración del turismo así como las nuevas profesiones que se están generando, (3) la importancia de las empresas españolas dedicadas a la actividad turística y su peso tanto a nivel nacional como internacional, la profusión y generalización de organismos, instituciones y órganos de desarrollo del turismo

Pero además por la oportunidad que representa, en el contexto de Latinoamérica, ofrecer formación a nivel de postgrado oficial (con acceso a doctorado) en España y las necesidades de formación superior de los Diplomados en Turismo y los nuevos graduados.

Precedentes del Máster

Este Master es la reconversión del Master de mismo nombre verificado este mismo año. Los principales motivos de esta modificación provienen de la reconversión de los 120 ECTS iniciales a los 60 de esta propuesta.

Hay que indicar que este master es, así mismo, la reconversión del mismo master que la Universitat de Girona promovió en el año 2004 y que fue incluido en el plan piloto del Departamento de Universidades (DURSI-Generalitat de Catalunya) como único programa en esta área.

A su vez este master fue la evolución del Título Propio de Graduado Superior en Turismo que esta universidad puso en marcha en el año 2002.

2.1.2. Interés profesional:

El máster también pretende formar a profesionales de alto nivel para la dirección y planificación de empresas, actividades e instituciones turísticas y expertos profesionales en el ámbito del turismo.

Concretamente, y en lo que respecta a la formación de profesionales, el título ha de permitir:

- Preparar profesionales para la toma de decisiones en puestos de alta responsabilidad en empresas, actividades e instituciones turísticas.
- Capacitar a los profesionales para dar respuesta a las exigencias de sostenibilidad, diversidad y calidad de los mercados turísticos.
- Formar en la aplicación de métodos, instrumentos y prácticas para el desarrollo y la gestión efectiva de las actividades turísticas.
- Facilitar la incorporación de soluciones tecnológicas en la gestión de establecimientos, actividades y destinos turísticos.

La principal evidencia de las necesidades formativas que va a cubrir este master (y que de hecho está cubriendo ya el máster actual que se está desarrollando en esta universidad con la correspondiente verificación de ANECA) nos la aporta el libro blanco del Turismo (ANECA, 2004) cuando analiza la inserción laboral de los titulados en Diplomado en Turismo. Entre las diversas afirmaciones que se extraen se puede destacar:

- Un 43% de los titulados ha realizado estudios posteriores y las razones mayoritarias han sido la de ampliar conocimientos y la de mejorar sus oportunidades de empleo.

Los principales estudios que cursan los diplomados en turismo con posterioridad a su carrera son en su mayoría referentes a este mismo sector (turístico) y después los específicos de idiomas y estudios empresariales.

2.1.3. Interés académico:

En términos generales observamos que, para poder responder a las necesidades en constante cambio de los turistas, hay que reunir un alto nivel de profesionalidad y de competencia. Los responsables de la dirección y la gestión de organizaciones turísticas, así como de aquellas personas que trabajan en niveles directivos medianos y altos han de poseer unas capacidades técnicas, interpersonales e intelectuales avanzadas.

La enorme complejidad del fenómeno turístico requiere de profesionales con un conocimiento global y de gran alcance de las múltiples disciplinas y ciencias sociales relacionados con la materia. Los conocimientos avanzados en gestión estratégica, marketing, planificación del territorio, economía y finanzas, tecnologías de la información, legislación gubernamental, etc., son primordiales para tomar decisiones de manera efectiva y competente en cualquier trabajo relacionado con el turismo. El máster no tan sólo se centra en estos aspectos comunes, sino que también ofrece a los estudiantes la opción de escoger asignaturas especializadas, una formación práctica con tutorías y la realización de trabajos finales tutorizados para poder garantizar competencias reales de gestión.

En cuanto a la formación de expertos en el ámbito de la investigación, el título ha de permitir:

- Facilitar el desarrollo de tesis doctorales en turismo como fundamento de una completa inserción de la actividad en la dinámica universitaria y como base de la innovación en el ámbito de la formación.
- Formar investigadores capaces de hacer investigación avanzada en turismo en el marco de las instituciones universitarias y otras instituciones de investigación en turismo del país.
- Garantizar que el personal de las empresas de consultoría en turismo del país lleve a cabo su trabajo de forma rigurosa con el objetivo de implementar estrategias de

desarrollo que sean a la vez efectivas para el sector privado y para el interés general de la comunidad.

- Desarrollar perfiles de especialización que tengan en cuenta tanto las necesidades de innovación en materia de gestión empresarial como el desarrollo de nuevos sistemas de gestión de instituciones colectivas.

2.2. Referentes externos a la Universidad proponente que avalen la adecuación de la propuesta a criterios nacionales e internacionales para títulos de similares características académicas.

a. Libros Blancos. El primer referente que avala y justifica la propuesta de titulación que se presenta, lo encontramos en el Libro Blanco del Título de Grado en Turismo editado por ANECA.

En marzo de 2004, un grupo de trabajo dirigido por el doctor Joaquim Majó de la Escuela Universitaria de Turismo de la UdG elaboró un documento de síntesis sobre el diseño del título de Grado en Turismo. En este documento, el Grado se plantea como un nuevo corpus formativo de carácter superior en turismo, que ha de permitir generar perfiles de especialización específicos. Por esta razón, se presenta como una enseñanza transdisciplinar que tiene que dar respuesta a necesidades formativas relacionadas con cuestiones sociales, humanísticas, científicas y técnicas.

El Libro Blanco es el resultado del trabajo de todas las universidades españolas que impartían en aquel momento estudios en turismo. Las diversas propuestas convergieron en la configuración de un programa lo suficientemente flexible como para adaptarse al carácter dinámico y cambiante del sector.

Aunque se basa en la propuesta de grado en Turismo, hace múltiples observaciones a las necesidades formativas de futuros masters en Turismo. Estos referentes sirven, especialmente para delimitar los límites formativos y profesionales que abarca el Grado en Turismo y permite avanzar en este Master hacia nuevos niveles académicos.

b. La red INTUR, Red Interuniversitaria de Turismo, formada por diversas universidades españolas con formación turística de primer y segundo ciclo. Son miembros de la Red Intur universidades como la Universidad de Girona, la Universidad Rovira i Virgili, la Universidad de Barcelona (CETT), la Universidad de Alicante, la Universidad de Valencia, la Universidad de las Islas Baleares, la Universidad de Málaga, la Universidad de Sevilla, la Universidad de la Laguna, la Universidad de Zaragoza, la Universidad. de Oviedo, la Universidad de Vigo y la Universidad de Santiago de Compostela de Compostela. Uno de los acuerdos de la Red INTUR ha sido el de mantener la esencia y el espíritu del Libro Blanco del Grado en Turismo, readaptándolo a las necesidades formativas de cada universidad. Su principal objetivo es el de plantear propuestas y reflexiones para la formación turística de postgrado, así como tramar vínculos de relación para intercambios de profesores y estudiantes.

A continuación, se detallan los masters desarrollados entre miembros de esta red y que sirven como referentes nacionales a este máster propuesto:

Máster Oficial en Dirección y Planificación del Turismo – Universidad de Alicante (<https://economicas.ua.es/es/estudios-de-postgrado/master-universitario-en-direccion-y-planificacion-del-turismo.html>)

Master en gestión estratégica de Empresas Turísticas – CETT centro adscrito a la Universidad de Barcelona (<https://www.cett.es/es/oferta-academica/cursos/master-oficial-de-direccion-de-empresas-turisticas/objetivos>)

Máster en Dirección y Planificación del Turismo – Universidad de La Coruña
<http://www.sociologia.udc.es/es/máster-en-dirección-e-planificación-do-turismo-2>

Máster Oficial en Dirección y Planificación del Turismo – Universidad de La Laguna
<https://www.ull.es/estudios-docencia/masteres/direccion-planificacion-turismo/>

Máster Oficial en Dirección y Planificación del Turismo – Universidad de Málaga
<https://www.uma.es/master-en-direccion-y-planificacion-del-turismo/>

Máster Oficial en Dirección y Planificación del Turismo – Universidad de Oviedo
<http://www.uniovi.es/-/master-universitario-en-direccion-y-planificacion-del-turismo>

Máster Oficial en Dirección y Planificación del Turismo – Universidad de Santiago de Compostela
<http://www.usc.es/es/titulacions/pop/turismo.html>

Máster Oficial en Dirección y Planificación del Turismo – Universidad de Sevilla
<http://ftf.us.es/master-universitario-en-direccion-y-planificacion-del-turismo/>

Máster Oficial en Dirección y Planificación del Turismo – Universidad de Zaragoza
<https://estudios.unizar.es/estudio/ver?id=633>

Máster Oficial en Dirección y Planificación del Turismo – Universidad de Illes Balears
<http://estudis.uib.cat/master/MDPL/desc.html>

Máster Oficial en Dirección y Planificación del Turismo – Universidad Rovira i Virgili
<http://www.urv.cat/ca/estudis/masters/oferta/destinacions-turistiques/>

Máster Oficial en Dirección y Planificación del Turismo – Universidad de Valencia
<https://www.uv.es/uvweb/master-direccion-planificacion-turismo/es/master-universitario-direccion-planificacion-del-turismo-1285879606943.html>

Máster Oficial en Dirección y Planificación del Turismo – Universidad de Vigo
<https://www.uvigo.gal/es/estudiar/que-estudiar/taxonomy/term/71/master-universitario-direccion-planificacion-turismo-interior-saude-o04m097v01>

c. El Título de Diplomado en Turismo, vigente a la entrada en vigor de la LOU. Real Decreto 259/1996 de 16 de febrero (BOE 5/03/96) por el que se incorporan a la universidad española los estudios superiores de turismo.

d. La Memoria de Grado en Turismo propuesto por la Universitat de Girona. En la línea del referente del libro blanco del grado en Turismo comentada anteriormente, es muy importante tomar como base el nuevo título recientemente verificado para establecer claramente los diferentes niveles formativos.

e. Informes de asociaciones o colegios profesionales nacionales, europeos o de otros países.

. Association for Tourism in Higher Education (2005). Critical Issues in Tourism Education. Proceedings of the 2004 Conference of the Association for Tourism in Higher Education, Missenden Abbey, Buckinghamshire UK, 1-3 December, 2004, ATHE Publication No 14, 157 p.

. The Quality Assurance Agency for Higher Education (2000) Benchmarking and the Higher Education Curriculum.

. AAVV (2004) Armonización de los estudios de Turismo en el Espacio Europeo de Educación Superior, actas del XL Congreso Nacional y I Internacional de las Escuelas de Turismo, Servicio de Publicaciones de la Universidad Europea Miguel de Cervantes.

f. Otros informes y documentos

. ESIB (2005) Bologna with student eyes, ESIB – The National Unions of Students in Europe, 66 p.

. European University Association (200?) Trends IV: European Universities Implementing Bologna, 64 p.

. European Commission (2005) "Realising the European Higher Education Area – Achieving the Goals", Conference of European Higher Education Ministers, Contribution of the European Commission, Bergen, 19/20 May 2005.

. Ministerio de Educación y Ciencia (2007) Estudio de la Oferta, la Demanda y la Matrícula de Nuevo Ingreso en las Universidades Públicas y Privadas en el curso 2006-07.

g. Otras universidades europeas.

Finalmente, para contrastar el enfoque de este nuevo máster se han analizado diversas opciones planteadas en diferentes universidades a nivel internacional. Todas ellas imparten estudios de turismo y coinciden con las universidades con las que hacemos intercambio LLP-Erasmus, así como algunas de las universidades que fueron analizadas durante la elaboración del Libro Blanco de ANECA. Del listado completo con el que se trabajó destacamos las siguientes universidades analizadas:

Alemania:

International School of Management Dortmund
Internationale Fachhochschule Bad Honnef-Bonn
Universität Lüneburg
University of Eberswalde

Austria:

Fachhochschule Salzburg
FH Wien-Studiengänge der WKW
IMC Fachhochschule Krems
International Institute of Tourism and Management
Tourismusschulen der Wirtschaftskammer Wien
Wirtschaftsuniversität Wien

Bélgica:

Haute École Charlemagne (Liège)
Haute École Roi Baudoin (ISFEC) (Mons / La Louvière)
Hogeschool Limburg
Napier University
Plantijn Hogeschool (Antwerpen)

Dinamarca:

University of Southern Denmark

Eslovenia:

University of Ljubljana

Francia:

Institut Limayrac (Toulouse)
IUT Périgueux
Université Blaise Pascal (Clermont-Ferrand II)
Université d'Angers
Université de Pau et des Pays de l'Adour
Université de Perpignan
Université de Toulouse-Le Mirail
Université Paul Cézanne (Aix-Marseille III)
Université d'Evry Val d'Essonne
Università di Corsica Pasquale Paoli
Université de Marne-la-Vallée
Université de Montpellier I

Université Montesquieu (Bordeaux 4)
Université de Nantes
Université Nice Sophia Antipolis
Université de Poitiers
Université Michel de Montaigne Bordeaux 3
Université Paris Nord (Paris XIII)
Université Paris Dauphiné
Université René Descartes-Paris 5
Holanda
Centre for Sustainable Tourism and Transport of Breda University

Finlandia

Arcada Univ. Of Applied Sciences
Rovaniemen Ammattikorkeakoulu
Savonia Ammattikorkeakoulu

Irlanda:

Athlone Institute of Technology
Cork Institute of Technology
Galway-Mayo Institute of Technology
Dublin Institute of Technology
Shannon College of Hotel Management
Tralee Institute of Technology

Italia:

Università degli Studi di Firenze
Università degli Studi di Perugia
Università degli Studi di Torino
Università degli Studi di Bergamo
Università degli Studi di Milano-Bicocca
Università degli Studi di Pavia
Università degli Studi di Udine
Università degli Studi di Trieste
Università degli Studi di Padova
Università di Bologna
Università di Pisa
Università degli Studi di Siena
Università degli Studi di Sassari
Università di Catania
Università degli Studi di Roma-La Sapienza
Università degli Studi di Roma-Tor Vergata
Università degli Studi di Napoli Federico II
Università degli Studi Suor Orsola Benincasa-Napoli
Università degli Studi di Foggia

Portugal:

Instituto Superior de Ciências Empresariais e do Turismo
Universidade Católica Portuguesa
Universidade de Aveiro
Universidade de Évora
Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro
Universidade do Algarve
Universidade Lusíada de Lisboa
Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias

Reino Unido:

Birmingham College of Food, Tourism and Creative Studies (Univ. of Birmingham)
Blackburn College: East Lancashire Institute of Higher Education
Liverpool Hope University
Liverpool John Moores University

London Metropolitan University
Manchester Metropolitan University
Napier University
Oxford Brookes University
Sheffield Hallam University
Staffordshire University
The University of Manchester
The University of Wales, Aberystwyth
The University of Wales, Bangor
University of Bradford
University of Brighton
University of East London
University of Glamorgan
University of Lincoln
University of Luton
University of Northampton
University of Northumbria at Newcastle
University of Sunderland
University of Surrey
University of the West of England
University of Westminster
Westminster Kingsway College

Suiza:

Haute École Valaisanne / École Suisse de Tourisme
Lund University
Universität Bern
Université de Lausanne (École des Hautes Études Commerciales)

2.3. Descripción de los procedimientos de consulta internos y externos utilizados para la elaboración del plan de estudios.

2.3.1. Procedimientos internos:

La Universidad de Girona redactó en su momento un protocolo para la elaboración de las memorias de los títulos. El Consejo de Gobierno de la Universidad aprobó los criterios para la planificación y programación de los grados, así como los procedimientos y el calendario de trabajo. Asimismo, el Consejo de Gobierno de la UdG creó una Comisión de Planes de Estudio de Grado (CPEG) cuyos miembros son:

1. Rector/a (que ejerce las funciones de presidente/a)
2. Vicerrector/a de Docencia y Política Académica
3. Vicerrector/a de Personal y Política Social
4. Vicerrector/a de Proyectos Estratégicos e Internacionalización
5. Los/las decanos/as y los/las directores/as de centro, o persona en quien deleguen
6. Seis directores/as de departamentos, designados por el Consejo de Gobierno entre sus miembros, 3 del ámbito científico-técnico y 3 del ámbito humanístico-social
7. Tres estudiantes de los últimos cursos, designados por los/las decanos/as y directores/as de centro, de diferentes ámbitos
8. Tres titulados recientes, designados por los/las decanos/as y directores/as de centro, de diferentes ámbitos

9. Seis representantes de diferentes ámbitos del tejido social, cultural y profesional, nombrados por el Consejo Social
10. Un representante de los centros adscritos a la UdG, designado por los mismos
11. El vicerrector de la área académica, que ejerce las funciones de secretario.

El equipo de trabajo creado desde el consejo de Master para la modificación se ha basado en una comisión formada por el director del Master y 8 representantes de los profesores que imparten docencia en el Master. No se optó por incorporar estudiantes en esta comisión ya que se disponía de la información de la valoración de las diferentes materias del Master y lo único que se planteaba era la modificación de un master existente.

Una vez aprobado por el consejo de master (máximo órgano responsable del master en la UdG) se eleva a la Universidad para que se abra un período de exposición pública que puede comportar la modificación del Plan de Estudios. Las enmiendas se presentan al Consejo de Master para su aprobación o rechazo; esta comisión remite el Plan de Estudios a la CPEG, que lo aprueba y que a su vez lo remite al Consejo de Gobierno de la UdG para su aprobación. Finalmente, el Consejo Social de la UdG aprueba el Plan de Estudios.

Los grupos de investigación de la Universitat de Girona (con su director y código) que han dado apoyo al programa de master son los siguientes:

1. Anàlisi i planificació territorial i ambiental. Dra. Margarida Castanyer (GRHCS23)
2. Dret Privat Europeu de la UdG. Dr. Miquel Martin (GRHCS05)
3. Educació i patrimoni artístic. Dra. Roser Juanola (GRHCS03)
4. Grup de recerca avançada sobre dinàmica empresarial i impacte de les noves tecnologies a les organitzacions. Gradient. Dr. Ricard Torres. (GRHCS68)
5. Grup de Recerca en enginyeria de procés, producte i producció. Dr. Joaquim de Ciurana GREPP.(GRCT62)
6. Grup de recerca en estadística, economia aplicada i salut. Greccs. Dr. Marc Sáez.(GRHCS66)
7. Laboratori d'anàlisi i gestió del paisatge. Dr. Josep Pintó i Dr. Josep Gordi. (GRHCS28)
8. Laboratori Multidisciplinar de Recerca en Turisme. Dr. José Antonio Donaire i Dra. Esther Martínez. (GRHCS58)
9. Mediambient i tecnologies de la informació geogràfica. Dra. Anna Ribas. (GRHCS63)
10. Seminari de dret administratiu. Dr. Joan Manuel Trayter. (GRHCS72)
11. Teories de l'art contemporani. Dra. Maria Josep Balsach i Dr. Xavier Antich. (GRHCS32)
12. Xarxes organitzatives, innovació i desenvolupament d'estratègies i productes turístics (ONIT). Dr. Jaume Guia (GRHCS087)

A grandes rasgos, estos grupos estructuran la investigación en turismo en las siguientes líneas:

- Cooperación e innovación en las organizaciones turísticas
- Desarrollo Territorial Turístico
- Análisis Económico del Turismo
- Gestión de empresas turísticas
- Imagen de los destinos y identidad
- Aspectos legales del turismo
- Marketing del turismo
- Nuevas tecnologías y sistemas de información turísticos
- Estrategia y competitividad de las organizaciones turísticas
- Turismo cultural

2.3.2. Procedimientos externos:

La principal fuente de consulta externa ha sido la RedINTUR que aglutina las principales universidades con estudios de Master en Turismo y con las que nos coordinamos para elaborar este Master. Dicha red ha celebrado en los últimos cuatro años más de doce reuniones con la finalidad de homogeneizar contenidos tanto en el grado como en el posgrado en turismo. La Universitat de Girona es miembro fundador de la RED-INTUR y ha participado en todas y cada una de sus reuniones acogiendo en sus instalaciones una de las reuniones celebradas. Las sesiones de la red permitían contrastar los diferentes procedimientos de consulta externos elaborados en los entornos más cercanos dándole un valor más global.

Además, se han realizado consultas con asociaciones profesionales y organizaciones empresariales. Entre ellas es de destacar el papel activo del Patronat de Turisme Girona-Costa Brava que es el principal órgano de promoción turística de la zona de influencia de la Universitat de Girona

También ha sido de gran ayuda entrevistas con estudiantes de los masters anteriores para valorar los elementos a modificar i/o mejorar. Sin duda esta retroalimentación que hemos operativizado es una gran fuente de información para corregir y mejorar las propuestas académicas planteadas.

3. Objetivos

3.1. Objetivos y competencias generales de la titulación:

3.1.1. Objetivos:

En el marco de lo que ha llegado a ser la red INTUR (red Interuniversitaria de Turismo) la Universitat de Girona estuvo trabajando conjuntamente con la Universitat Rovira i Virgili, Universitat de Barcelona, Universidad de Oviedo, Universitat de les Illes Balears, Universidad de la Laguna, Universidad de Sevilla, Universidad de Zaragoza, Universidad de Santiago, Universidad de Alicante, Universidad de La Coruña, Universidad de Alcalá, y Universidad de Málaga en el diseño y encaje de esta propuesta de máster.

En términos generales observamos que para poder responder a las necesidades constantemente en cambio de los turistas hay que reunir un alto nivel de profesionalidad y competencia. Los responsables de la dirección y la gestión de organizaciones turísticas, así como aquellas personas que trabajan en niveles directivos medianos y altos, han de poseer unas capacidades técnicas, interpersonales e intelectuales avanzadas.

La enorme complejidad del fenómeno turístico requiere profesionales con un conocimiento global y de gran alcance de las múltiples disciplinas y ciencias sociales relacionadas con la materia. Los conocimientos avanzados en gestión estratégica, marketing, planificación del territorio, economía y finanzas, tecnologías de la información, legislación gubernamental, etc., son primordiales para tomar decisiones de manera efectiva y competente en cualquier trabajo relacionado con el turismo. El máster no tan sólo se centra en estos aspectos comunes, sino que también ofrece a los estudiantes la opción de escoger asignaturas especializadas, una formación práctica con tutorías y la realización de trabajos finales autorizados para poder garantizar competencias reales de gestión.

Gracias a las clases académicas, conferencias de expertos y actividades basadas en el estudio, el máster permitirá conseguir estos objetivos.

Además, el máster pretende, a la vez, formar a profesionales de alto nivel para la realización y planificación de empresas, actividades e instituciones turísticas, y a expertos que orienten su carrera profesional en el ámbito de la investigación y el desarrollo de conocimiento en el ámbito del turismo.

Concretamente, y en lo que respecta a la formación de profesionales, el título tiene que permitir:

- Preparar profesionales para la toma de decisiones en puestos de alta responsabilidad en empresas, actividades e instituciones turísticas.
- Capacitar a los profesionales para dar respuesta a las exigencias de sostenibilidad, diversidad y calidad de los mercados turísticos.
- Formar en la aplicación de métodos, instrumentos y prácticas para el desarrollo y la gestión efectiva de las actividades turísticas.
- Facilitar la incorporación de soluciones tecnológicas en la gestión de establecimientos, actividades y destinos turísticos.

Finalmente, y en lo que respecta a la formación de expertos en el ámbito de la investigación, el título ha de permitir:

- Facilitar el desarrollo de tesis doctorales en turismo como fundamento de una completa inserción de la actividad en la dinámica universitaria y como base de la innovación en el ámbito de la formación.
- Formar a investigadores capaces de realizar investigación avanzada en turismo en el marco de las instituciones universitarias y otras instituciones de investigación en turismo del país.
- Garantizar que el personal de las empresas de consultoría en turismo del país lleven a cabo su trabajo de forma rigurosa con el objeto de implantar estrategias de desarrollo que sean a la vez efectivas para el sector privado y de interés general a la comunidad.
- Desarrollar perfiles de especialización que tengan en cuenta tanto las necesidades de innovación en materia de gestión empresarial como el desarrollo de nuevos sistemas de gestión de instituciones colectivas.

Estos objetivos tienen una clara y manifiesta visión de postgrado en contraposición a los planteamientos realizados por esta universidad en sus estudios de Grado en Turismo.

El Master tiene una carga total de 60 créditos ECTS para todos los estudiantes provengan de la titulación que provengan y deberán realizar un mismo itinerario formativo (que incluye prácticum y trabajo de fin de master) a excepción del módulo de especialidad que se describirá posteriormente.

Colectivos a los que se dirige:

El perfil del estudiante es el de una persona con titulación universitaria con interés por la investigación aplicada y por la gestión en el campo del turismo. Se definen dos posibles tipologías de estudiantes según su grado de formación y diversas posibilidades más según el perfil de la titulación de acceso.

En lo que respecta al nivel de formación, hay que distinguir entre los estudiantes que acceden con 180 ECTS y los que lo hacen con títulos de 240 ECTS.

Aunque ya se ha dicho en los criterios de admisión que el máster está abierto a cualquier titulado que provenga de ciencias sociales y ciencias humanísticas, hay que prever que un porcentaje muy elevado de estudiantes accederán a través del título de grado en turismo. El resto de estudiantes está previsto que, en su mayoría, acceda desde las áreas de ciencias económicas, geografía, historia e historia del arte.

Perfil de salida de los titulados:

PERFILES PROFESIONALIZADORES

Los perfiles profesionalizadores que intenta cubrir el máster son:

- Planificador y gestor de destinos
- Director de producto turístico
- Director corporativo de organizaciones turísticas
- Director de operaciones en organizaciones turísticas
- Responsable de R+D+I

PLANIFICADOR Y GESTOR DE DESTINOS

Tradicionalmente la gestión turística de los destinos está vinculada a la administración pública, y ha implantado o desarrollado diferentes organizaciones administrativas que han asumido las competencias en materias de turismo.

La relación constante y permanente que se establece entre la administración pública, la gestión del ámbito público y el sector privado y las demandas de los visitantes es muy superior en el caso del turismo por lo que hemos señalado antes si lo comparamos con otros sectores económicos y por tanto es imprescindible considerar la Planificación y Gestión Pública de las Destinaciones como un elemento de mucha importancia en las áreas en las que se tendrá que desarrollar el máster.

Más aún cuando hay un crecimiento de las figuras y organizaciones que integran o son responsables de este ámbito, las propias administraciones públicas a través de sus ministerios, secretarías, subsecretarías, consejerías, vice-consejerías, direcciones generales, consellerías, etc., que tienen competencias en materia de turismo y que por lo tanto tienen que conocer la realidad de un sector y su funcionamiento. Por otra parte, están las empresas o instituciones bajo diferentes formas de secretarías, pero con capital público, como las sociedades de turismo de las Comunidades Autónomas, que entre sus objetivos está la comercialización de las destinaciones.

Otras instituciones como Consorcios, Patronatos, Fundaciones y un largo etcétera se convierten en elementos de referencia cuando hablamos de gestionar una destinación. Y no hemos de olvidar las relaciones supramunicipales, como comarcas o mancomunidades, que en muchos casos llevan a cabo iniciativas en materia turística, o los fondos europeos. Hay que destacar también el desarrollo en los últimos años de los denominados Planes de Excelencia Turística y de la Dinamización Turística, verdaderos catalizadores de iniciativas y fondos para la dinamización turística del país.

Por lo tanto, la necesidad de disponer de personal cualificado que pueda asumir la dirección, gestión y planificación de una destinación es una variable clave para el desarrollo de una actividad turística sostenible y adecuada a las necesidades y medios disponibles.

Gerente de destinos (administraciones, patronatos, sociedades mixtas...)

Es el responsable de la planificación y gestión de una destinación, así como de los proyectos que se puedan llevar a cabo para dinamizarla.

Fijará las orientaciones estratégicas de actuación y promoción, los objetivos a conseguir y los medios para llevarlo a cabo una vez analizados y evaluados los diferentes componentes del mercado.

Bajo su responsabilidad está la gestión de todos los servicios turísticos municipales o comarcales en cuanto a la organización y correcto funcionamiento.

Establecerá los medios necesarios para el desarrollo de una correcta relación entre las administraciones y agentes sociales vinculados a la destinación.

Como gestor empresarial se ocupa del control y supervisión financiera de la entidad que representa, además de captar y desarrollar las actividades necesarias para la obtención de fondos, administrando correcta y eficientemente los bienes públicos a su disposición.

Gerente de Planes de Destinaciones

Es el responsable del plan turístico de una destinación y aplica las propuestas de actuación de acuerdo a lo acordado en las comisiones de gestión.

Asume el control y la supervisión financiera del Plan, gestionando las anualidades y la correcta aplicación presupuestaria correspondiente a cada plan.

Realiza la coordinación de los planes de comunicación para asegurar la promoción de identidad y su imagen.

Director de Programas de Destinaciones

Responsable del aprovechamiento turístico de las oportunidades generadas por un proyecto de desarrollo.

Elabora y propone las líneas estratégicas de promoción de los programas de la destinación, así como la gestión de los mismos desde el punto de vista de la organización de los servicios turísticos.

Velar por el cumplimiento de los objetivos del programa, coordinando y realizando el control de las empresas contratadas para la ejecución de la ejecución de los proyectos.

Bajo su responsabilidad estará la gestión de los programas y proyectos turísticos municipales o comarcales en cuanto a la organización y correcto funcionamiento, así como la posibilidad de proponer líneas de actuación relacionadas con la destinación y la ejecución presupuestaria del programa.

Técnico de Planificación Turística

Responsable de la planificación turística en las administraciones públicas en cualquier nivel territorial. Se encarga de la definición de estrategias de poner en valor los recursos, desarrollo de productos y dinamización territorial en su ámbito de actuación.

Aplicar instrumentos de planificación de carácter territorial y estratégicos.

DIRECTOR DE PRODUCTO TURÍSTICO

Ámbito profesional muy ligado a todo lo relacionado con el ocio y entretenimiento.

Con frecuencia hace referencia al principal componente motivacional de un viaje. Tienen que ver con los argumentos, los contenidos y los valores de un destino.

Se requiere de profesionales que se encarguen de la planificación, promoción y comercialización de un producto. Se trata de profesionales que tienen que tener las características que generalmente denominamos *Product Manager*. Tienen que conocer las características de los productos y destinos y saber identificar sus

potenciales. Tienen que tener una visión innovadora y adaptada a las nuevas tendencias. Han de ser capaces de integrar los productos en las destinaciones.

El trabajo profesional asociado a este ámbito puede realizarse desde la perspectiva de organizaciones tanto de titularidad pública como privada. Se trata de una actividad directamente vinculada al desarrollo local.

Gestor de Productos Específicos

Responsable de la planificación, promoción, comercialización y gestión de productos específicos en ámbitos especializados (eventos, golf, nieve, activo, náutico, sol y playa, rural y cultural...). Se encarga de identificar oportunidades, crear nuevos productos y orientarlos a mercados específicos. Su actividad se orienta tanto al diseño de nuevos productos en un ámbito organizativo estructurado (por ejemplo, una estación de esquí) como a la creación de nuevas posibilidades de desarrollo turístico en ámbitos incipientes en modalidades específicas.

Técnico de Desarrollo del producto Turístico

Responsable del desarrollo del producto turístico. Se encarga de la planificación y ejecución de la gestión operativa de un producto específico.

DIRECTOR CORPORATIVO DE ORGANIZACIONES

Agrupación al conjunto de profesionales que ocupan la alta dirección de las organizaciones privadas (tengan o no ánimo de lucro). La alta dirección la forman los niveles jerárquicos superiores de las estructuras organizativas. Está compuesto por directivos que tengan como características diferenciadoras la de supervisar habitualmente a otros directivos y que no estén sometidos al control de otros miembros de la organización (a pesar de que sí que forma parte de los propietarios, de los socios o de los delegados de los mismos, como pasa con los consejos de administración). Este tipo de directivo se encarga de las principales relaciones de la empresa con su entorno, intentando adaptarse a los cambios, introduciendo innovaciones y posicionándose competitivamente respecto a sus rivales. Son los encargados de marcar el camino de la organización a largo plazo.

En el ámbito turístico, este perfil aparece de forma clara en los puestos de las direcciones corporativas de los grandes grupos empresariales. Las empresas turísticas españolas han venido conformando grupos empresariales integrados verticalmente para ocupar buena parte del negocio turístico completo. La dirección corporativa de estas grandes corporaciones corresponde a este perfil, pero también al de cada una de las divisiones que la forman.

Habitualmente son empresas autónomas vinculadas al grupo por participaciones en su capital.

Existen también corporaciones empresariales en las que sólo una parte de la actividad está ligada a la actividad turística y sus máximos directivos también tienen que ser considerados en este perfil. No obstante, la mayoría de las organizaciones turísticas privadas españolas tienen una dimensión más pequeña y no presentan esta complejidad estructural. En la pequeña y mediana empresa turística, la dirección corporativa corresponde habitualmente a propietarios, pero en un proceso de profesionalización cada vez más acentuado, está siendo ocupada por personal directivo de alta cualificación. También existen diversas entidades sin ánimo de lucro que normalmente agrupan a otras organizaciones para promover sus intereses conjuntos (como las asociaciones hoteleras a nivel de provincia o zona turística), con una alta dirección que necesita una capacitación similar a la de las empresas, aunque sus resultados no sean el reflejo de una actividad comercial.

Gerente de entidades no lucrativas de turismo

Ha de ser un profundo conocedor del sector o sectores que sus empresas representen y del ámbito geográfico concreto en el que opere y ha de saber gestionar redes complejas, conociendo la posición de poder que ocupe su organización y las empresas e instituciones que la conformen y las relaciones posibles de redes mayores, particularmente en las que se encuentran organismos públicos y terceros interesados. Será el encargado de definir estrategias de actuación conjunta para los asociados y dar servicios comunes, promoverá la cooperación de sus socios o afiliados, por lo que dominará la planificación y la gestión operativa de las acciones encargadas en su organización (promoción, formación, negociación, etc.).

Director de Grupo Empresarial Turístico (cadena hotelera, intermediación, corporaciones de ocio...)

Tiene que dominar el posicionamiento estratégico global de su organización, tanto para competir con sus rivales como para situarse convenientemente en las diferentes redes sociales en las que esté inmersa y ha de coordinar los diferentes negocios y áreas funcionales de su organización para conseguir la correcta integración. Por tanto, dominará la dirección estratégica, será capaz de analizar convenientemente su entorno, comprenderá el papel de los recursos y capacidades que tiene que tener su organización para afrontar el futuro y ha de desarrollar sus capacidades creativas, de innovación y de negociación (como agentes internos y externos).

Director de Empresas Turísticas

Gestionará el máximo nivel empresarial en una organización privada de medida mediana o pequeña, por lo que tiene que saber enfrentarse a los mercados, a los competidores, a las políticas públicas, a las presiones de terceros interesados (trabajadores, consumidores, redes externas...) y, a la vez, integrar las diferentes áreas operativas y de negocio que eventualmente pueda tener su organización. A causa de la falta de estructuras directivas intermedias en su organización, tendrá que asumir procesos complejos de toma de decisiones y de análisis de problemas sin mucho apoyo técnico, por lo que tendrá que estar familiarizado con el negocio, con las diferentes áreas funcionales y con habilidades directivas básicas.

Director de División Turística de un Grupo Empresarial

Tendrá que conocer los elementos esenciales de la planificación estratégica para buscar una posición competitiva favorable y durable para su negocio dentro de un grupo, lo que implica conocer completamente el sector (competidores, proveedores, clientes, terceros interesados...) y cómo evolucionará con el tiempo. También se encargará de fijar la estrategia competitiva y de hacer que las unidades operativas las lleven a cabo.

DIRECTOR OPERATIVO

Engloba el conjunto de profesionales que se ocupan de la gestión de las áreas presentes en una organización mediana o pequeña, las cuales pueden ser independientes o estar integradas en un grupo empresarial. Su función abarca la gestión, la integración, el control de las diferentes áreas de organización, la planificación de los sistemas de información y el análisis e interpretación de los sistemas de toma de decisiones.

Director de Información, Promoción y Comercialización Turística

Ejerce las responsabilidades en la planificación, organización, gestión, difusión e integración de la información turística, así como su promoción y comercialización.

Director de producto en una organización (servicios Spa...)

Tiene la responsabilidad de dirigir la investigación, planificación, diseño, desarrollo y gestión de los servicios y productos específicos de las empresas u organizaciones, las cuales pueden ser independientes o estar integradas en un grupo empresarial. Con el objetivo de innovar, situarse en el sector y obtener ventajas competitivas.

Director de Áreas de Gestión

Asume la responsabilidad de alguno de los departamentos que comprende una empresa (operaciones, sistemas de información, calidad, gestión económico-financiera, comercial, recursos humanos, etc.).

PERFILES INVESTIGADORES

Los perfiles investigadores que trata de cubrir el máster son:

- Responsable de I+D+I
- Personal académico / ayudante de investigación

RESPONSABLE DE I+D+I

Coordina las áreas, departamentos o centros que tengan como objetivo la dirección y el estudio de los problemas y retos que afecten al turismo. Por eso, tendrán que llevar a cabo un análisis de su realidad actual y de las perspectivas de futuro, planteando acciones encaminadas a la mejora de la competitividad, el progreso y la innovación. Todo esto en el ámbito de las empresas privadas o de las instituciones públicas.

Consultor/Asesor

Tiene como misión planificar, ejecutar y seguir los estudios que le son encargados, con la finalidad de recomendar las actuaciones y medidas apropiadas y de dar asistencia a la aplicación de dichas recomendaciones.

Analista

Tiene como misión recopilar información disponible, en el marco teórico que le sea aplicable, con la finalidad de extraer conclusiones que propicien y contribuyan a la toma de decisiones.

PERSONAL ACADÉMICO/AYUDANTE INVESTIGADOR

La actividad turística necesita de un capital humano cada vez más capacitado que se dedique tanto a la enseñanza como a la investigación y a la realización de informes. En este sentido se propone la necesidad de:

- a) Profesores que impartan docencia en turismo en los diferentes niveles y que sepan abordar los temas tanto desde el punto de vista técnico como de las interpretaciones teóricas pertinentes.
- b) Investigadores acreditados por la estructura académica –doctores- que dominen las teorías, los métodos y las técnicas de investigación y que tengan experiencia en su aplicación al turismo. También tendrán que tener conocimientos de los nuevos temas y problemas del turismo para contribuir en los avances en I+D+I

Por todo lo cual, resulta necesario el trabajo conjunto de las diferentes plataformas de enseñanza superior de investigación, en colaboración con las organizaciones que planifiquen y den servicios a los turistas.

El turismo es un sector de actividad específica, con prácticas y problemas propios y diferenciados de otros sectores. Al mismo tiempo, el turismo se ha convertido en un área específica de docencia e investigación que tiene su propia dinámica y perfil, por

eso se necesita la creación de un área académica de turismo que sirva para profundizar en la especificación de la misma y para que los nuevos doctores en turismo puedan incorporarse a la estructura universitaria.

Ayudante de Investigación

Ha de tener una alta formación en teoría, métodos y técnicas de investigación. Realiza investigación en I+D, así como informes para diferentes tipos de organizaciones. Se preocupará por realizar publicaciones y por organizar y asistir a congresos en los que se debata lo investigado.

Personal académico

Tendrá que preocuparse por estar informado de los avances en las investigaciones sobre el turismo e integrar los avances en las materias de docencia. Debido a la abundancia de datos que existen sobre turismo, sabrá esquematizarlos y darle sentido general para transmitírselo a los estudiantes. Se preocupará por la formación y publicará materiales de trabajo a los estudiantes.

3.1.2. Competencias generales y específicas:

En el momento de convertir este Master, para la redefinición de las competencias se ha tomado como primer y principal referente la propuesta de competencias de la red INTUR para el Master en Dirección y Planificación del Turismo (de 120 ECTS) que son las que figuran en el actual master que se está reconvirtiendo.

Además de este importante referente, como este nuevo master ha de encajar el proyecto curricular de la universidad ha sido necesario y muy adecuado analizar y contrastar el diseño de competencias para el Grado en Turismo de la Universidad de Girona que no existía en el momento de realizar la propuesta, así como la valoración de competencias de grado realizado por el Grupo de trabajo de ANECA.

Por otro lado, se ha considerado como factor muy determinante la experiencia de estos años de implementación del Master en los que se han detectado disfunciones en la asignación de competencias a partir de la propuesta inicial.

Finalmente, se ha volcado en el diseño de estas competencias todo el conocimiento generado por la Universitat de Girona con todos los tutoriales y recomendaciones para el establecimiento de competencias, así como la propuesta de competencias transversales de la Universitat de Girona.

Con todo ello la relación de competencias que se propone para este título es la que se encuentra en el cuadro que se presenta a continuación:

**COMPETENCIAS DEL TÍTULO DE MASTER UNIVERSITARIO
EN DIRECCIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL TURISMO**

Competencias Específicas	Competencias Generales
CE1 Idear, promover y aplicar instrumentos y técnicas de planificación y dirección del turismo.	CG1. Comunicarse oralmente y por escrito sobre temas de la especialidad de turismo de forma original y creativa, adaptándose al auditorio o a los destinatarios (audiencias expertas y no expertas) y utilizando los apoyos y/o recursos que hacen más eficaces las producciones orales.
CE2 Aplicar, de manera reflexiva y crítica, metodologías de investigación transdisciplinar y multidisciplinar a la realidad turística.	CG2. Comunicarse en lengua inglesa, en diferentes formatos y contextos (entornos laborales, presentaciones, conferencias, fórums, seminarios, congresos...), con el conjunto de la comunidad académica y la sociedad en general, sobre temas relacionados con el turismo.
CE3 Diseñar y aplicar, en las organizaciones e instituciones turísticas, sistemas de Calidad y gestión medioambiental, económica y social.	CG3. Identificar las propias capacidades de aprendizaje, los contextos donde estas capacidades se desarrollan con más eficacia, y aprovechar al máximo estas potencialidades al servicio de la propia formación, de la investigación y de la mejora profesional.
CE4 Integrar las distintas sensibilidades y lenguajes del turismo para construir un discurso propio y compartirlo en entornos académico y/o profesionales.	CG4. Interpretar y evaluar con espíritu crítico y rigor intelectual los resultados obtenidos, tanto los derivados de una actuación profesional como los extraídos de una investigación.
CE5 Detectar y gestionar la complejidad de los destinos y los productos turísticos.	CG5. Medir las competencias y habilidades personales y organizativas y desarrollar liderazgo .
CE6 Identificar las nuevas tendencias en el turismo para promover, de manera creativa, la adaptación a los nuevos escenarios.	CG6. Reconocer y valorar las innovaciones de las tecnologías de la información y la comunicación y adaptarlas al propio ámbito de trabajo o al servicio de los objetivos de la investigación que se desarrolle.
CE7 Analizar contextos para identificar las oportunidades que ofrecen, sus potencialidades, y también los puntos débiles y las posibles amenazas a la hora de proyectar cualquier iniciativa.	CG7. Sintetizar y contrastar textos científicos para aplicarlos a la creación y transferencia de conocimiento.
CE8 Diseñar, desarrollar y promocionar proyectos que muestren el carácter multidimensional del turismo.	CG8. Tener visión innovadora, prospectiva y proactiva
	CG9. Promover avances en las reflexiones y formulaciones éticas relacionadas con el ejercicio de la profesión o el desarrollo de la investigación, en un contexto de responsabilidad social y de aplicación de los principios de la sostenibilidad económica, ecológica y social.

4. Acceso y admisión de los estudiantes

4.1. Sistemas de información previa a la matriculación y procedimientos de acogida y orientación a los estudiantes de nuevo ingreso.

Acciones marco

El Consejo Interuniversitario de Cataluña (CIC) es el órgano de coordinación del sistema universitario de Cataluña, y de consulta y asesoramiento del Gobierno de la Generalitat en materia de universidades. Integra representantes de todas las universidades públicas y privadas de Cataluña.

La coordinación de los procesos de acceso y admisión a la Universidad es una prioridad estratégica del Consejo Interuniversitario de Cataluña mediante la que se pretende garantizar el acceso a la Universidad de los estudiantes que provienen del bachillerato y de los mayores de 25 años, de modo que se respeten los principios de publicidad, igualdad, mérito y capacidad. Asimismo, pretende garantizar la igualdad de oportunidades en la asignación de los estudiantes a los estudios que ofrecen las universidades.

4.1.2. Acciones de información y orientación propias de la UdG:

La difusión de los estudios de posgrado es una responsabilidad compartida en la que participan la Escuela de Posgrado de la Universitat de Girona y los órganos académicos responsables del Máster de la Facultad de Turismo.

La Escuela de Posgrado tiene como responsabilidades importantes el hecho de garantizar que la oferta de Másteres y Doctorados se lleve a cabo según los criterios de calidad i que el contexto en el que se desarrollan sea el correcto.

La Escuela se encarga de la difusión de los trípticos anunciando los programas de Másteres, de la publicación de anuncios en la prensa cercana y de la elaboración de información para la página web de la Facultad en el que se informa de los diferentes Másteres y de las principales normas de acceso a los mismos.

La dirección del Máster se encarga de elaborar el material publicitario, atender las demandas de los alumnos, realizar el trabajo de orientación y autorización previo a la matriculación. La Facultad de Turismo organizará sesiones informativas con los estudiantes de los últimos años de Diplomatura i Grado para informarles de las características del máster y de sus salidas en el mercado laboral y en el campo de la investigación.

Por otra parte, el Área de Comunicación de la UdG llevará a cabo acciones específicas orientadas a la explicación de las características de personalidad más adecuadas para acceder a estos estudios.

4.1.3. Acciones de información y orientación por parte de la Facultad:

La Facultad organizará jornadas de puertas abiertas generales de Universidad y de centro. También se estimulará la participación en salones de educación y oferta universitaria.

- Sistemas de orientación específica. Algunos de estos sistemas serán:

- Orientación en la preinscripción universitaria mediante la Sección de Atención al Estudiante y de Acceso del Servicio de Gestión Académica y Estudiantes y el CIAE (Centro de Información y Asesoramiento del Estudiante).
- Información no presencial a través de la red: información específicamente dirigida a los estudiantes de nuevo acceso publicada en la página web de la Universidad (“Si et matricules a primer...”).
- Sesión informativa previa o coincidente con el primer día de matrícula (julio, segunda quincena; septiembre, primera quincena):
 - Módulos en los que pueden matricularse y horarios. Responsable: coordinador de los estudios.
 - Mecánica del proceso de matrícula. Responsable: personal de administración.
 - Tutorías específicas en función de la procedencia académica. Responsable: coordinador de los estudios o personal de administración.

4.2. Vías y requisitos de acceso al máster y posibles complementos de formación

4.2.1. Requisitos de acceso al máster:

La Comisión de Admisión del Máster, constituida a propuesta de la dirección del máster y aprobada por el Consejo de Tutores de Máster, tendrá como competencia establecer el número máximo de plazas que se ofertan, así como los criterios de admisión, el perfil de ingreso y el proceso de selección del alumnado.

A todos los efectos, la Comisión de Admisión del Máster estará constituida por la dirección del máster y el profesor/a responsable de cada uno de los módulos e itinerarios.

En lo referente al proceso de selección en caso de haber más solicitudes que plazas ofertadas se tendrá en cuenta el expediente académico y profesional de los estudiantes. Se prevé también, realizar una entrevista personal con los candidatos para valorar otros aspectos como son la predisposición para el aprendizaje basado en el razonamiento y los procesos de abstracción; la capacidad de trabajo y razonamiento individual, la suficiencia para la interpretación de resultados a un nivel avanzado, la dotación de competencias profesionales o aptitudes para alcanzarlas, la capacidad de trabajo en grupos heterogéneos o la capacidad de generar conocimientos o aportar en la solución de problemas relacionados con su disciplina.

Por ello los criterios de selección quedaran fijados co la siguiente estructura:

- 1.- Expediente académico de la formación oficial acreditada, ponderado según la nota media de la universidad de origen (60%)
- 2.- Formación académica o profesional complementaria. Certificaciones o títulos de otra formación complementaria en campos afines a los contenidos del Máster (20%)
- 3.- Experiencia laboral en los ámbitos temáticos del Máster con certificación de la empresa donde consten el tiempo y las tareas desarrolladas. Experiencia en el terreno de la investigación concretada en estancias en centros de investigación reconocidos y en publicaciones relacionadas con las materias del Máster (10%)
- 4.- Solicitud motivada con cartas de recomendación, si procede (5%)

5.- Entrevista con el director del Máster (5%)

A este máster tendrán acceso preferente los candidatos que dispongan de formación universitaria en turismo (el título de Grado en Turismo o de Diplomado en Turismo) para los que se reservará un mínimo del 50% de las plazas. Para estudiantes extranjeros (del EEES con título de grado o titulados de sistemas educativos extranjeros fuera del EEES, sin necesidad de homologación, previa comprobación que acrediten un nivel de formación equivalente a los correspondientes títulos españoles de Grado y que faculten en el país expendedor para el acceso a estudios de Postgrado) se reservaran un 20% de las plazas y el resto de plazas estarán reservadas, en primera instancia para otros ámbitos del conocimiento afines en ciencias humanas, económicas, jurídicas y sociales o humanísticas.

Los estudios de turismo tienen un carácter pluridisciplinario, abierto a perfiles muy diversos. Por eso están dirigidos a estudiantes interesados en el mundo de la empresa, de la cultura, del territorio, de las comunicaciones interpersonales, los idiomas o las aplicaciones de las nuevas tecnologías, entre otras. Los estudiantes de turismo han de ser personas con iniciativa, creatividad e interesados por algunos de los diversos ámbitos del sector turístico.

El perfil del estudiante es el de una persona con titulación universitaria con interés para la investigación y para la gestión en el campo del turismo. El máster está abierto a cualquier titulado que provenga de las ciencias sociales y de las ciencias humanísticas. No obstante, hay que prever que un porcentaje muy elevado de los estudiantes accederán a través del título de Diplomado en Turismo y del nuevo Grado en Turismo. El resto de los estudiantes está previsto que, en su mayoría, acceda desde las áreas de ciencias económicas, geografía, historia e historia del arte.

Igualmente, se prevé que la mayoría de alumnos sea de procedencia catalana, y de las universidades con la que se tienen convenios de intercambio de estudiantes y de titulación conjunta. Sin embargo, la admisión está abierta a alumnos de cualquier procedencia. También, el hecho de que haya un itinerario en el que las clases se impartan en inglés favorecerá la llegada de alumnos internacionales.

En general:

- Diplomados o graduados/as en Turismo, con espíritu innovador, ambición intelectual y deseos de profundizar en el campo de la investigación.
- Profesorado de secundaria, investigadores/as independientes con ganas de reemprender la vida académica y consolidar una formación investigadora.
- Profesionales del mundo del turismo, la comunicación, las relaciones públicas y responsables de la gestión de la cultura, en las diferentes facetas, interesados así mismo en la investigación.

Requisitos de acceso

No se plantean requisitos específicos de admisión a cumplir por parte de los estudiantes más allá del nivel de inglés que se comentará más adelante. Para acceder a este Máster será necesario estar en posesión de un título universitario oficial español u otro expedido por una institución de educación superior del EEES que faculten en el país expedidor del título para el acceso a enseñanzas de máster tal y como establece el artículo 16 en el real Decreto 1393/2007.

Se exigirá a los estudiantes nivel de lengua, dependiendo del itinerario y su idioma de docencia.

Relacionado con este punto, se exigirá a los estudiantes un nivel de inglés o español, según itinerario, suficiente para poder desarrollar las distintas actividades de las asignaturas.

Para poder determinar el nivel de inglés de los estudiantes, se aceptará cualquier acreditación de un nivel mínimo de B1 o equivalente incluida en las tablas de equivalencias de la Generalitat de Catalunya o a través de una prueba específica de acceso. Ejemplo: nivel PET de Cambridge English, TOEFL iBT a partir de 42 puntos, etc. Asimismo, el/la coordinador/a y el/la estudiante pueden firmar un documento de asignación y matrícula condicionada al compromiso del estudiante de presentar el certificado de conocimientos de inglés B1 (o equivalente) para que se le pueda expedir el título.

Quedarán exentos de esta acreditación aquellos estudiantes que hayan acreditado o pudieran acreditar el conocimiento de tercera lengua, inglés, requerido para la obtención del grado en el sistema educativo español. Este requisito de idioma solo será necesario para las especialidades que se impartan en inglés. Quedan exentos de la acreditación de idioma inglés aquellos estudiantes que hayan cursado estudios universitarios o tengan nacionalidad en los siguientes países: Estados Unidos, Canadá (parte anglófona), Australia, Nueva Zelanda, Reino Unido o Irlanda.

Para el nivel de español, se tendrá que acreditar el nivel B1 en el caso que se quiera cursar el itinerario en este idioma. Quedan exentos de esta acreditación de español aquellos estudiantes que hayan cursado estudios universitarios o tengan nacionalidad de los siguientes países: México, Colombia, España, Argentina, Perú, Venezuela, Chile, Ecuador, Andorra, España, Guatemala, Cuba, Bolivia, República Dominicana, Honduras, Paraguay, El Salvador, Nicaragua, Costa Rica, Puerto Rico, Panamá, Uruguay y Guinea Ecuatorial.

Con carácter excepcional, y siempre que la oferta de plazas sea superior a la demanda, el Consejo de Master podrá considerar la admisión, de forma condicionada, de aquellos estudiantes que no cumplan los requisitos de acceso pero que se prevea que en el momento de iniciarse las actividades puedan cumplirlos.

4.2.2. Procesos de preinscripción y matriculación:

La Universidad de Girona pone a disposición de sus futuros estudiantes una amplia información sobre los requisitos y procesos de preinscripción y matriculación (on line) para todos los estudios que en ella se imparten, entre ellos los estudios de máster, a través de su página web oficial: <https://www.udg.edu/es/estudia/Acces/Acces-a-masters>

La preinscripción y matriculación se realiza en línea (<https://gacad.udg.edu/preinscripciones/es/login>) y tiene lugar, para cada curso académico, durante los plazos que se describen a continuación:

A) Preinscripción y adjudicación de plazas: la preinscripción y adjudicación de plazas tiene lugar durante los plazos indicados en el calendario académico y administrativo oficial, que se aprueba para cada curso por el Consejo de Gobierno de la UdG. El calendario académico y administrativo vigente para cada curso se puede consultar a través de la página web de cada centro.

A título de ejemplo, para el curso 2016-2017, existen tres períodos de preinscripción en los másteres. El primero tiene lugar durante los meses de enero a abril; el segundo período se desarrolla de abril a julio y el tercero de julio a septiembre. La preinscripción se realiza a través de la página web de la UdG: <https://gacad.udg.edu/preinscripciones/es/login>

B) Matrícula: los plazos de matrícula también se fijan, para cada curso, en el calendario académico y administrativo oficial aprobado por el Consejo de Gobierno de la UdG.

- Vías de matrícula: la matriculación tiene lugar a través de la página web de la UdG ("automatrícula"), se puede ver el procedimiento en <https://www.udg.edu/es/estudia/matricula/guia-dautomatrícula>

Aunque la matrícula tiene lugar en línea, la primera vez que un estudiante se matricula de un estudio, dicha matrícula se realiza presencialmente en la Facultad, con la ayuda del personal de administración y servicios de la facultad. Siempre existe la posibilidad de que los estudiantes realicen una tutoría con los profesores responsables del estudio o con personal de administración y servicios de la universidad, que les ayude o guíe en el proceso de matrícula.

La Universidad de Girona, además, pone a disposición de sus estudiantes guías de matriculación para cada estudio, que se pueden descargar desde su página web: <https://www.udg.edu/es/estudia/Matricula/Masters-universitaris>

4.3. Sistemas de apoyo y orientación de los estudiantes una vez matriculados:

El objetivo de los procedimientos de acogida es facilitar la incorporación de los nuevos estudiantes a la Universidad en general y a la titulación en particular. En el Máster que nos ocupa, los procedimientos de acogida para los estudiantes de nuevo acceso serán los siguientes:

Bienvenida y sesión informativa

Los responsables de la sesión de bienvenida de los nuevos estudiantes serán el/la directora/a del máster acompañado del/a decano/a de la Facultad.

El contenido de esta sesión incluirá explicaciones sobre:

1. La ubicación física de los estudios dentro de la Universidad: aulas, aulas informáticas, despachos del profesorado, conserjería, administración y secretaría, etc.
2. Los objetivos formativos de la titulación.
3. La motivación para cursar los estudios en Turismo.
4. La estructuración de los estudios.
5. La importancia del aprendizaje autónomo.
6. La importancia de los resultados del estudio (notas) para estudios posteriores o acceso a becas, plazas de residencia, etc.
7. Los servicios de la Universidad: biblioteca, correo electrónico, Internet, intranet y toda la red informática a disposición de los estudiantes para que la utilicen con finalidad exclusivamente académica.
8. Una presentación con más detalle de lo que el estudiante puede encontrar en la intranet docente de la UdG La Meva UdG, con especial énfasis en su utilización por parte de los nuevos estudiantes.

Dossier informativo para los estudiantes de nuevo acceso

En la sesión de bienvenida, se entregará un *dossier* informativo que contendrá:

- Información general de la Facultad (breve historia de la Facultad, responsables y direcciones del Decanato, Secretaría Académica, coordinación de estudios, responsable de las prácticas externas, responsable de los programas de movilidad, sección informática, administración, conserjería, biblioteca, delegación de estudiantes, servicio de fotocopias, y otras informaciones que se consideren de interés).
- Información sobre el sistema de gobierno de la Universidad de Girona (organigrama universitario, comisiones con representación de los estudiantes en la Universidad y en la Facultad, etc.).

- Información académica (Plan de Estudios, calendario académico, estructura y horarios de las unidades de aprendizaje por objetivos, fechas y metodología de las evaluaciones, etc.).
- Información de los recursos tecnológicos a disposición de los estudiantes de la UdG (web institucional, La Meva UdG, intranet docente, catálogo de servicios informáticos, correo electrónico, etc.).
- Guía para la adaptación de la UdG al espacio europeo de educación superior. Cuaderno 3: "Vuestro papel, estudiantes".
- Etc.

Organización de sesiones informativas específicas

Paralelamente, y durante las primeras semanas del curso, los estudiantes podrán asistir a las sesiones informativas específicas sobre los recursos que la UdG pone a su alcance, como por ejemplo:

- Funcionamiento y recursos de la biblioteca (responsable: PAS de la biblioteca).
- Funcionamiento y recursos informáticos (responsable: PAS de la sección informática).

Tutores

La Universidad de Girona ha querido implantar desde el principio en sus estudios de posgrado el modelo de tutorías académicas personalizadas. Entendemos por tutoría académica personalizada la atención individual o en pequeños grupos de estudiantes por parte de un tutor/a, que necesariamente será un miembro del personal docente de la titulación.

En el momento del acceso, las tutorías tendrán un carácter esencialmente orientador, para favorecer la inserción del alumnado de nuevo ingreso, proporcionando información sobre la organización general de la universidad y la titulación en la cual se han matriculado, orientando su vida académica y dándoles el apoyo necesario para tomar sus decisiones respecto a las posibles opciones de formación a su alcance, facilitando la utilización de los recursos que ofrece la universidad, como las bibliotecas, aulas de informática, etc.

A lo largo del proceso de formación, la función de los tutores será la de asesorar al estudiante sobre los métodos y estrategias de aprendizaje para mejorar su rendimiento académico, potenciar el desarrollo de sus habilidades, corregir los puntos flacos destacados en su proceso de formación, hacer un seguimiento del rendimiento académico del estudiante, y prestarle orientación profesional.

Consulta del expediente académico del alumnado

Los estudiantes podrán consultar su expediente académico en red con información sobre las unidades de aprendizaje que están cursando y su currículum, con un resumen gráfico de los créditos superados y pendientes, clasificados por tipos de créditos en la titulación, y de las calificaciones provisionales y definitivas.

4.4. Transferencia y reconocimiento de créditos: sistema propuesto por la Universidad:

De acuerdo con lo dispuesto en el artículo 6 del Real decreto 1393/2007, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales, se entenderá por reconocimiento la aceptación de los créditos que, habiéndose obtenidos en enseñanzas oficiales, en la misma u otra universidad, son computados en otras diferentes a los efectos de la obtención de un título oficial. Así pues, los estudiantes que accedan a un máster universitario con másteres previos se les podrá reconocer los créditos correspondientes a materias que acrediten la consecución de competencias y conocimientos asociados a materias del plan de estudios al cual hayan accedido, con la condición que el reconocimiento solamente podrá aplicarse a asignaturas o módulos completos, definidos como tales en el propio plan de estudios. En todos los casos se deberá trasladar las calificaciones que correspondan, ponderándola si fuese necesario.

Solamente los créditos procedentes de estudios previos de másteres universitarios no finalizados que no puedan ser objeto de reconocimiento, se procederá a su transferencia. El procedimiento de reconocimiento/transferencia de créditos se iniciará de oficio una vez tenga conocimiento la universidad del contenido del o de los expedientes previos del estudiante, a partir de la recepción de la correspondiente certificación oficial tramitada por la universidad de origen o bien de una certificación académica personal aportada por el mismo estudiante con la finalidad de agilizar los trámites.

Se preverá que el estudiante pueda renunciar a parte o a todo el reconocimiento de créditos en el caso que prefiera cursar las asignaturas o módulos correspondientes. Esta renuncia se podrá efectuar una sola vez y tendrá carácter definitivo.

Así mismo, los estudiantes que hayan cursado estudios parciales de doctorado en el marco del RD 778/1998 o normas anteriores, se les permitirá el acceso a los másteres oficiales y solicitar el reconocimiento de los créditos correspondientes a cursos y trabajos de iniciación a la investigación previamente realizados. También a los estudiantes también se les podrán reconocer créditos correspondientes a asignaturas cursadas en programas de movilidad. Será posible el reconocimiento de asignaturas con contenidos no coincidentes con las asignaturas optativas previstas siempre que el convenio que regule la actuación así lo explicita.

Para formalizar la incorporación de los créditos reconocidos el expediente académico, habrá que abonar el precio que determine el Decreto de precios de la Generalitat de Catalunya. No obstante, el reconocimiento entre ediciones sucesivas del mismo máster de la Universidad de Girona tendrá carácter de adaptación, la regulación económica del cual también se establece en el Decreto anteriormente mencionado.

La competencia de resolución de los procedimientos de reconocimiento y transferencia de créditos en los términos establecidos anteriormente corresponderá a la Comisión de Estudios de Postgrado de la Universidad de Girona (CEP). Mientras que la resolución de los posibles recursos que se puedan presentar en contra será competencia rectoral, previo informe de la Escuela de Postgrado (GIGS).

A continuación se especifican los diferentes tipos de reconocimiento de créditos y transferencia:

Reconocimiento de Créditos Cursados en Enseñanzas Superiores no Universitarias:
Mínimo 0 Máximo 0 créditos

Reconocimiento de Créditos Cursados en Títulos Propios:
Mínimo __0__ Máximo _9 créditos__

Reconocimiento de Créditos Cursados por Acreditación Experiencia Laboral y Profesional:
Mínimo _0__ Máximo _9 créditos__

4.5. Condiciones y pruebas de acceso especiales:

No se contempla la necesidad de realizar pruebas de acceso específicas para poder cursar este máster.

4.6. Complementos formativos necesarios para la admisión al Máster:

No se hace necesario incluir complementos de formación.

5. Planificación de las enseñanzas

5.1. Estructura de las enseñanzas

La propuesta de plan de estudios del Master en Turismo se ha estructurado a partir de una serie de módulos obligatorios, tanto en lo referido a contenidos comunes como instrumentales.

La metodología de trabajo ha partido de tres fases complementarias:

- (1) La definición de las competencias de la titulación y los objetivos formativos de la misma.
- (2) La identificación de los principales elementos que componen el turismo.
- (3) La agrupación de estos elementos en bloques de materias/módulos y la asignación a cada módulo de las competencias que deben desarrollarse.

Distribución del plan de estudios en créditos ECTS, por tipo de materia

TIPO DE MATERIA	CRÉDITOS
OBLIGATORIAS	15
OPTATIVAS	27 (*)
PRÁCTICAS EXTERNAS	6
TRABAJO FIN DE MASTER	12
CRÉDITOS TOTALES	60

(*) Entre los créditos optativos hay que significar que se incluyen las especialidades de "Gestión de destinos", de "Productos turísticos", "Dirección Hotelera", "Estrategias de la Comunicación Turística" y "Publicidad y Marketing Online", constituidos por sendos módulos de 21 créditos que son obligatorios según el perfil escogido. De entre estos 27 créditos optativos, los estudiantes deben cursar necesariamente 6 créditos de entre los ofrecidos en el módulo 2.

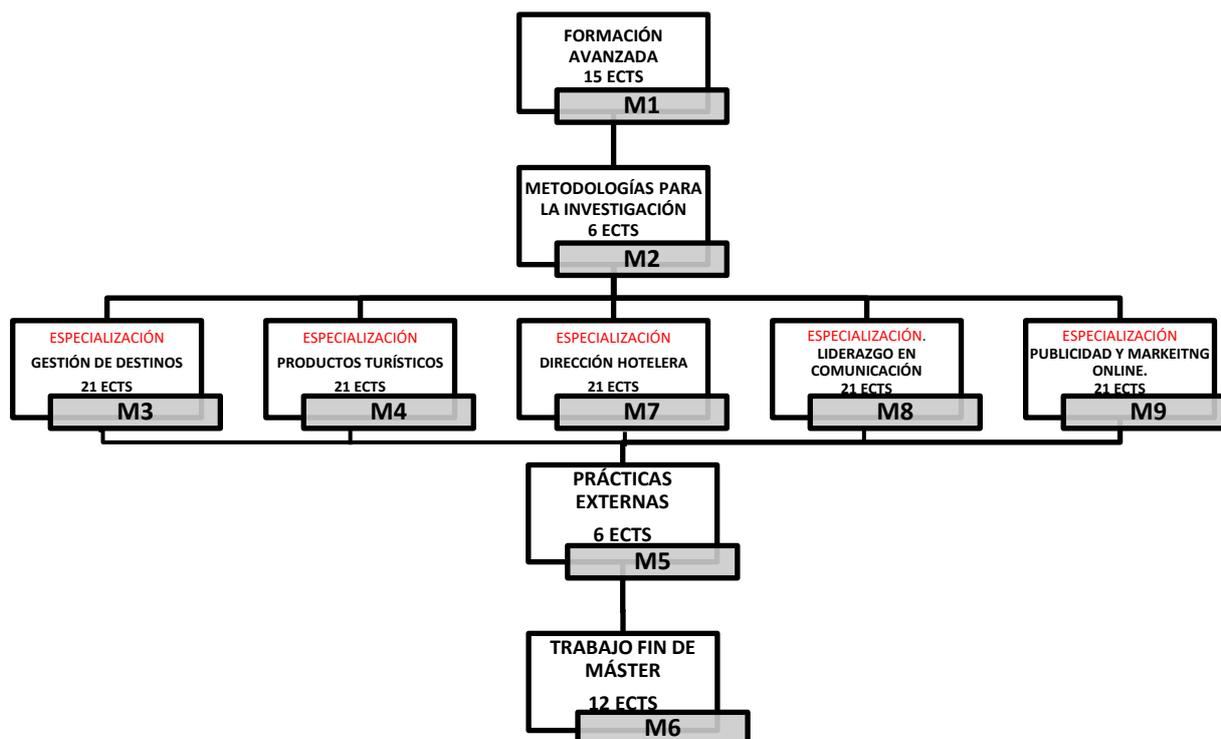
Explicación general de la planificación del plan de estudios

El resultado final de este proceso ha sido una estructuración del plan de estudios en 9 módulos:

- Módulo 1: Formación Avanzada – 15 ECTS OBLIGATORIO
- Módulo 2: Metodologías para la investigación – 6 ECTS OBLIGATORIO (*)
- Módulo 3: Especialización: Gestión de destinos – 21 ECTS OPTATIVO
- Módulo 4: Especialización: Productos turísticos – 21 ECTS OPTATIVO
- Módulo 5: Practicas externas – 6 ECTS OBLIGATORIO
- Módulo 6: Trabajo fin de Máster – 12 ECTS OBLIGATORIO
- Módulo 7: Especialización: Dirección Hotelera – 21 ECTS OPTATIVO
- Módulo 8: Especialización: Estrategias de la Comunicación Turística – 21 ECTS OPTATIVO
- Módulo 9: Especialización: Publicidad y marketing online – 21 ECTS OPTATIVO

(*) Los estudiantes deben cursar obligatoriamente 6 créditos del módulo 2, de entre una oferta de 9 créditos (3 asignaturas de 3 cr cada una)

Estructura:



El máster, que comparte su vertiente profesional e investigadora, se desarrollará conjuntamente con la misma estructura:

$$M1 + M2 + (M3 \text{ o } M4 \text{ o } M7 \text{ o } M8 \text{ o } M9) + M5 + M6$$

Tal y como se comentaba en el punto anterior, se proponen **cinco** itinerarios de especialización que vendrán orientados a partir de escoger alternativamente el módulo 3, el módulo 4, **el módulo 7, el módulo 8 o el módulo 9:**

- Módulo 3: Especialización: Gestión de destinos – 21 ECTS
- Módulo 4: Especialización: Productos turísticos – 21 ECTS
- **Módulo 7: Especialización: Dirección Hotelera – 21 ECTS**
- **Módulo 8: Especialización: Estrategias de la Comunicación Turística – 21 ECTS**
- **Módulo 9: Especialización: Publicidad y marketing online – 21 ECTS**

Especialización: **GESTIÓN DE DESTINOS**

TIPO DE MATERIA	CRÉDITOS
M1 - Formación avanzada	15
M2 - Metodologías para la investigación	6
M3 - Gestión de destinos	21
M5 - Prácticas externas	6
M6 – Trabajo de fin de máster	12
CRÉDITOS TOTALES	60

Tabla 1. Resumen de las materias y distribución en créditos ECTS

Especialización: **PRODUCTOS TURÍSTICOS**

TIPO DE MATERIA	CRÉDITOS
M1 - Formación avanzada	15
M2 - Metodologías para la investigación	6
M4 – Productos turísticos	21
M5 - Prácticas externas	6
M6 – Trabajo de fin de máster	12
CRÉDITOS TOTALES	60

Tabla 2. Resumen de las materias y distribución en créditos ECTS

Especialización: **DIRECCIÓN HOTELERA**

TIPO DE MATERIA	CRÉDITOS
M1 - Formación avanzada	15
M2 - Metodologías para la investigación	6
M7 – Dirección Hotelera	21
M5 - Prácticas externas	6
M6 – Trabajo de fin de máster	12
CRÉDITOS TOTALES	60

Tabla 3. Resumen de las materias y distribución en créditos ECTS

Especialización: **ESTRATEGIAS DE LA COMUNICACIÓN TURÍSTICA**

TIPO DE MATERIA	CRÉDITOS
M1 - Formación avanzada	15
M2 - Metodologías para la investigación	6
M8 – Estrategias de la Comunicación Turísticas	21
M5 - Prácticas externas	6
M6 – Trabajo de fin de máster	12
CRÉDITOS TOTALES	60

Tabla 4. Resumen de las materias y distribución en créditos ECTS

Especialización: **PUBLICIDAD Y MARKETING ONLINE**

TIPO DE MATERIA	CRÉDITOS
M1 - Formación avanzada	15
M2 - Metodologías para la investigación	6
M9 – Publicidad y marketing online	21
M5 - Prácticas externas	6
M6 – Trabajo de fin de máster	12
CRÉDITOS TOTALES	60

Tabla 5. Resumen de las materias y distribución en créditos ECTS

La asignación de las competencias del título a cada uno de estos módulos es la que se puede ver en el cuadro siguiente

	E1	E2	E3	E4	E5	E6	E7	E8	G1	G2	G3	G4	G5	G6	G7	G8	G9
Módulo 1	x		x		x	x				x		x	x				x
Módulo 2	x	x								x	x	x			x		
Módulo 3	x	x	x	x	x	x	x	x	x		x		x	x		x	x
Módulo 4	x	x	x	x	x	x	x	x	x		x		x	x		x	x
Módulo 5	x		x	x	x		x	x	x	x	x		x				
Módulo 6	x	x		x	x	x	x	x	x	x	x	x	x		x	x	
Módulo 7		x			x		x		x	x		x		x	x	x	
Módulo 8	x	x		x	x	x	x	x	x	x		x		x		x	
Módulo 9		x	x		x	x	x	x		x	x	x		x	x	x	

Dedicación del estudiante

En la UdG, en su aplicación para el diseño de las asignaturas y de los títulos (que permiten incorporar toda la información de cada asignatura con un gran nivel de detalle substituyendo los "programas") uno de los aspectos en que se ha hecho mayor énfasis es en la planificación de la dedicación del estudiante. Por ello en cada actividad que se define se debe rellenar un cuadro de doble entrada. Por un lado, se identifican las horas de dedicación a realizar acciones para preparar la actividad (antes), por otro lado, el tiempo dedicado realmente en la actividad (durante) y finalmente el tiempo dedicado a aspectos conclusivos de la actividad (después). La otra entrada de la tabla se refiere a si la dedicación horaria de la actividad se realiza en contacto con el profesor o es dedicación individual del estudiante.

A continuación, se indica, a modo de ejemplo, una actividad que, más allá de las competencias y contenidos que tiene relacionados, se identifica la propuesta de dedicación por parte del estudiante según el cuadro comentado anteriormente.

Universitat de Girona Disseny de l'assignatura

Curs 2008-09. 3108100061 Gestió de la informació turística Estat: Obert

Anàlisi Importar proves Ajuda Dubtes Vista pública Tancar disseny

Dades generals Competències/Continguts/Activitats Avaluació i Qualificació Observacions i Recomanacions Bibliografia bàsica Seguir

1125 < 125.00 < 135 Competències e activitats Resum

Competències	Continguts	Activitats	Au	AP	SP
1. INFORMACIÓ	1.1. INFORMACIÓ: CONCEPTES BÀSICS	A1- Preparació de l'assignatura	0,5	0	
	1.2. INFORMACIÓ TURÍSTICA	A2- Explicació del Tema 1.1	1,5	0	
		A3- Desenvolupament del Tema 1.1 a base d'exercicis participatius	1	3	
		A4- Desenvolupament del Tema 1.2 a base d'exercicis participatius	4,5	9	
		A5- Producció dels temes 2 i 3.1 com a base de les sessions de treball juntes	1,5	1,5	
		A6- Recerca d'informació i documentació addicional. Treball a classe sobre sessions i de de documentació científica. El resultat d'aquesta activitat serà document que serà la base per l'activitat de presentació a classe.	0	4	4
		A7- Anàlisi de oficine de turisme (2,2) Treball a classe sobre les funcions i les web de les oficine de turisme.		3	4,5
		A8- Recorridor de l'us de programari de presentacions amb ordinador		1	0
		A9- Treball del marc legal que regula les oficine de turisme a Catalunya, la de l'Espanya i a nivell internacional.		1,5	6
		A10- Estudi dels tres principals dels DMO		1,5	3
		A11- Treball sobre les principals característiques de les oficine turístiques i les seves web		3	8
		A12- Cas pràctic de desenvolupament de base de dades		6	0
		A13- Desenvolupament d'aspectes destacats dels temes de la part 3		6,5	0
		A14- Exposició d'un tema prèviament treballat a partir de la documentació de la part 3		0,25	12
		A15- Presentacions tema 2 i 3		3,25	0
		A16- Recapitulació final de l'assignatura		1	6
		A17- Examen i test auto-avaluable		3	3
		A18- Examen (per altr que no han superat l'avaluació continuada)		2	0
		Total	45	80	

Editar activitat Guardar Cancelar

Descripció: A11-Treball sobre les principals característiques de les oficine turístiques catalanes i les seves web

Dades generals Competències relacionades Continguts relacionats

Tipus: Treball en equip

Horas de dedicació de l'estudiant

	Prèviament	Durant	Després	Total
Amb professor	0	3	0	3
Sense professor	0	2	6	8
TOTAL				11

Críteris d'avaluació

És d'avaluació

Es valorarà cada un dels informes lliurats al final de l'activitat així com la predisposició i grau de participació durant la seva realització. S'obté la nota OT

Por ello, en todas las actividades definidas hay la identificación de la dedicación total del estudiante y no hace falta explicitar el tiempo de estudio por separado del resto de actividades ya que va intrínsecamente relacionado con el resto de actividades.

Relación entre las competencias, los objetivos de aprendizaje y los resultados de aprendizaje

La Universidad de Girona opta por una planificación de la docencia centrada en competencias, entendiéndose que el paso de los estudiantes por la universidad les supone la adquisición de unas competencias, realizando unas actividades de aprendizaje sobre los contenidos propios del campo de conocimiento.

En consonancia con este planteamiento, se considera que los objetivos de aprendizaje consisten en la adquisición de las competencias. De la misma manera, el resultado del aprendizaje es la consecución de la plena adquisición de las competencias. De ahí que en los proyectos de estudios de grado de la Universidad de Girona, las competencias figuren especialmente concretadas, mientras que no se mencionan objetivos de aprendizaje ni sus resultados. Ambos se remiten a las competencias.

5.2. Planificación y gestión de la movilidad de estudiantes propios y de acogida

La movilidad de los estudiantes se gestiona en la UdG a través de la Oficina de Relaciones Externas (ORE), dependiente del Vicerrectorado de Política Internacional.

La Universidad cuenta también con una Comisión de Relaciones con el Exterior, formada por un miembro de cada centro docente (responsable de las cuestiones relacionadas con la movilidad en su centro); el responsable de la ORE, que actúa como secretario de la comisión; y el vicerrector de Política Internacional, que es quien la preside. Esta comisión se reúne un mínimo de dos veces al año y determina temas de alcance general, como la política de movilidad y las directrices de toda la universidad a medio y largo plazo, y otras más concretas, como el calendario anual de actividades.

La ORE cuenta con una estructura y funciones adecuadas para llevar a cabo esta tarea de forma eficiente. Entre las tareas ligadas específicamente a la movilidad de estudiantes se hallan el establecimiento de acuerdos de movilidad de cada centro, así como su seguimiento, y los propios procesos de movilidad: los de los estudiantes que marchan de la UdG y los de los estudiantes que vienen a nuestra universidad. En el primer aspecto, la Oficina presta apoyo logístico para el establecimiento de nuevos convenios de acuerdo con los requisitos generales de la Universidad y con la política concreta de cada centro, y lleva a cabo regularmente el seguimiento de los convenios existentes; realizando, y comunicando a las partes interesadas, los informes oportunos. Respecto a la movilidad de estudiantes de la UdG hacia otras universidades, la ORE vela por la transparencia y difusión de la publicidad mediante presentaciones en los diferentes centros, la página web del servicio y la guía del estudiante. La transparencia en el proceso de otorgamiento de plaza queda garantizada por el uso de una aplicación informática específica a través de la cual, si se desea, se puede realizar un seguimiento en tiempo real y solicitud a solicitud. Los estudiantes que obtienen beca para estudiar en otra universidad, de España o del extranjero, son guiados por el personal especializado en todos los trámites burocráticos. También se encarga la ORE de establecer el primer contacto con los estudiantes que vienen a nuestra universidad: organiza sesiones de acogida que incluyen cursos de lengua catalana, así como información sobre la oferta de cursos de lengua española, y presenta a los responsables de la Oficina y de los diferentes centros a los cuales los estudiantes pueden acudir durante su estancia.

Respecto a los estudiantes de la UdG que han disfrutado de alguna acción de los diversos programas de movilidad y una vez finalizada su estancia en las universidades de destino, se recoge su opinión por medio de un cuestionario que abarca temas como la difusión del programa, la facilidad de acceso a la información necesaria, la agilidad y eficiencia de los circuitos, los aspectos relativos a la universidad de destino y las instalaciones, y también sobre el grado de satisfacción del estudiante con respecto al programa en general y a su estancia en particular. Dichos cuestionarios se remiten a los responsables de las cuestiones relacionadas con la movilidad de cada centro, quien los transmite y discute con los diferentes profesores responsables de los respectivos acuerdos de movilidad.

La actividad de la ORE se complementa dentro de la Facultad de Turismo

La responsabilidad de coordinar académicamente los programas de movilidad del centro recae en un profesor, que cuenta con la ayuda de una persona de administración. Junto al coordinador del estudio, el responsable realiza la asignación de las plazas según los criterios establecidos por la Comisión (la selección se realiza a partir del expediente académico y del nivel de idioma de la Universidad de acogida acreditado por el alumno) y guía al estudiante en el proceso de matrícula y en el establecimiento de un Acuerdo de Estudios donde se especifican las asignaturas, créditos que el estudiante debe cursar en la universidad receptora y asignaturas que serán convalidadas en nuestro centro.

La responsabilidad última de verificar la nota de las diversas asignaturas cursadas en la universidad de la contraparte recae en el coordinador de movilidad a partir de los informes emitidos por el coordinador de estudios de la universidad donde el estudiante ha realizado la estancia. Una vez verificada la nota, el coordinador de movilidad de la Facultad cerrará las actas administrativas.

A continuación, se detalla información sobre la planificación, mecanismos de seguimiento, evaluación, asignación de créditos y reconocimiento curricular adecuados en las acciones de movilidad.

Planificación de las acciones de movilidad.

Los distintos organismos de dirección de la Facultad establecen en el marco de sus reuniones corrientes o específicas, los ejes fundamentales del desarrollo y crecimiento de los programas de movilidad en los que se apoya el máster.

Estos ejes contemplan:

- Importancia de las diferentes universidades: antigüedad, planes de estudio, programas de investigación, artículos publicados, apertura de programas de movilidad con nuevos países, complementariedad con los planes de estudios de la Facultad, ...
- También se priorizan las posibilidades de desarrollo posterior de planes de estudios conjuntos (masters, programas específicos, ...)
- A partir de estos criterios, la comisión de relaciones exteriores de la facultad toma contacto con los coordinadores de estudios para concretizar las universidades por orden de prioridad, recoger los contactos ya existentes, ...
- Se establecen los contactos entonces, proponiendo visitas preparatorias en primer lugar, en el caso de no haberse ya realizado algún tipo de contacto.
- A continuación, se firma un primer convenio de movilidad que siempre contempla movilidad de estudiantes y movilidad de profesores.
- Para acabar, se examinan los resultados de los años anteriores y se planifican acciones posteriores más complejas: IP, etc.

Mecanismo de seguimiento

El seguimiento de los programas de movilidad es función de la comisión de relaciones exteriores, conjuntamente con el Director del Máster.

Antes, durante y después de los programas de movilidad, los estudiantes tienen que rellenar y cumplir diferentes documentos que establecen el contenido de la movilidad. Fundamentalmente se trata del "*Learning agreement*", que representa el contrato entre el estudiante, la universidad de origen y la universidad de destino., que firman el documento.

Dicho documento se rellena en una reunión conjunta con el estudiante afectado, el coordinador de estudios y el responsable de relaciones exteriores. En el curso de esta reunión, en función del expediente del estudiante, de las asignaturas a las cuales está matriculado y de la oferta de asignaturas de la universidad de destino se establece la relación de asignaturas a realizar.

Los criterios seguidos son:

- Proximidad de las asignaturas en contenido, o interés de dicha asignatura para el currículo del estudiante
- Número de créditos
- Interés del estudiante

Paralelamente el estudiante está en contacto permanente con la comisión de relaciones exteriores en las distintas etapas de toda la movilidad:

- Durante la solicitud de plaza de movilidad para su información y ayuda
- Reuniones de información de los estudiantes del Máster
- Publicación de las plazas otorgadas en función de los criterios establecidos y explicación de los resultados
- Para rellenar las diferentes solicitudes, así como para los diferentes trámites antes de marchar.

- Durante la estancia en la universidad de destino: seguimiento de la correcta aplicación del "*Learning agreement*"; cambios a realizar si fuere necesario con documento específico a rellenar en un plazo de 15 días a partir de la llegada. Ningún cambio se acepta sin haber sido aceptado en el plazo establecido por los firmantes del "*Learning Agreement*".
- Intervención en caso de cualquier tipo de problema que necesite la intervención de la comisión.
- Al final de la movilidad, el estudiante tiene que presentar el formulario con las diferentes evaluaciones obtenidas.

Los plazos de presentación de evaluaciones se tienen que adaptar a las realidades de las universidades de destino, pero la comisión se encarga de obtener de manera segura dichos certificados.

Evaluación de créditos

La evaluación de créditos se realiza a partir de una conversión directa, con matices cuando son necesarios. Esto significa que, de manera general, los estudiantes son evaluados en su movilidad de la misma manera que los estudiantes de la universidad de destino.

De ninguna manera se considera que la realización de una movilidad significa una evaluación menos rigurosa.

En todo caso, se acepta la evaluación a partir de trabajos realizados en idiomas diferentes (inglés, otros cuando es posible, ...) siempre y cuando los contenidos corresponden a los criterios establecidos por el profesor que imparte la asignatura. La Facultad no modifica, de ninguna manera, las notas así obtenidas.

En caso de asignaturas que corresponden de manera temporal en duración en las dos universidades, las notas obtenidas son las notas que se transcriben en los expedientes.

En caso de duración diferente, por ejemplo, un estudiante hace una movilidad de 5 meses con una asignatura anual, la evaluación final se establece haciendo media entre la nota de la universidad de origen obtenido mientras estaba aquí el estudiante, y la nota de la universidad de destino.

Para los estudiantes que se benefician de un programa de movilidad, se generan unas actas concretas diferentes de las actas de las asignaturas generales. Los responsables del establecimiento y de la firma de dichas actas son: el Director del Máster y el responsable de la comisión de relaciones exteriores.

Asignación de créditos

Los créditos asignados se establecen en el "*Learning agreement*" y siempre según la valoración de ECTS.

De manera general, se siguen criterios similares: una asignatura de n créditos en la universidad de origen por una asignatura de n créditos en la universidad de destino. De todas maneras, las diferencias inherentes entre universidades y planes de estudios obligan a cierta flexibilidad. Para seguir criterios objetivos, se intenta que el número de créditos a realizar en la universidad de origen y el número de créditos de la universidad de destino sea el mismo.

Reconocimiento de créditos

Las evaluaciones así obtenidas se transcriben en las actas previstas, y a continuación, la Secretaría académica otorga los créditos convenientes a todos los efectos, tal como está establecido en el procedimiento Erasmus general.

A continuación, el reconocimiento de créditos se hace de manera automática. Sólo se reconocen los créditos que figuran en el "*Learning Agreement*" o que hayan sido objeto de un acuerdo de modificación.

Actualmente, el profesorado de los estudios de Turismo dispone de acuerdos Erasmus con las siguientes universidades:

Institución	País
Fachhochschule Brandenburg	Alemania
International College Of Tourism And Management - Itm	Austria
Management Center Innsbruck	Austria
Erasmushogeschool Brussel	Bélgica
Haute École Charlemagne	Bélgica
Haute École Lucia de Brouckère - Inst. Arthur Haulot	Bélgica
Plantijn Hogeschool	Bélgica
European Univ. Cyprus	Chipre
Roskilde Universitetscenter	Dinamarca
Univ. Of Southern Denmark	Dinamarca
Matej Bel Univ.	Eslovaquia
Univ. Na Primorskem	Eslovenia
Univ. V Ljubljani	Eslovenia
Arcada Univ. Of Applied Sciences	Finlandia
Rovaniemen Ammattikorkeakoulu	Finlandia
Savonia Ammattikorkeakoulu	Finlandia
Esa3-études Supérieures Appliquées Aux Affaires	Francia
Groupe École Supérieure de Commerce de Troyes	Francia
Inst. Limayrac	Francia
Ipac (Annecy)	Francia
Lycée Jean Monnet	Francia
Lycée Jules Ferry la Colline	Francia
Lycée Tézenas Du Montcel	Francia
Univ. de Savoie	Francia
Univ. Montesquieu (Bordeaux Iv)	Francia
Univ. Perpignan Via Domitia	Francia
Alexandrio Technological Educational Inst. Of Thessaloniki	Grecia
Technologiko Ekpedeftiko Idrima Kavala	Grecia
Hogeschool Tio	Holanda
Wageningen Univ.	Holanda
Dublin Inst. Of Technology	Irlanda
Scuola Superiore Per Mediatori Linguistici	Italia
Univ. Degli Studi Di Firenze	Italia
Univ. Degli Studi Di Perugia	Italia
Vilniaus Kolegija	Lituania
Hogskolen i Finnmark	Noruega

5.3. Descripción detallada de la estructura del plan de estudios (prácticas externas y trabajo final de máster incluidos)

En el apartado **planificación de enseñanzas**, se detallan en los diferentes cuadros relativos a cada módulo las asignaturas, con su asignación de créditos ECTS, la lista de las competencias que se adquieren en el módulo, las actividades formativas y su distribución en los créditos (indicando tanto la metodología de enseñanza como las competencias relacionadas) y el sistema de evaluación, indicando mecanismos de evaluación de cada competencia.

Se han tomado las precauciones oportunas para que todas las asignaturas de un módulo recojan el total de competencias del mismo y que no quede ninguna competencia sin asignar a ninguna asignatura.

Igualmente se ha verificado que en todas las competencias asignadas a módulos o asignaturas se detallan actividades formativas que las desarrollan y los sistemas que permiten su evaluación.

La asignación de los resultados de aprendizaje y metodologías docentes para cada módulo se especifica en el apartado **Planificación de enseñanzas**.

Los módulos 1,2 y las especializaciones de los módulos **3, 4, 7, 8 y 9** se realizarán principalmente en el primer semestre y a principios del segundo. Para el segundo semestre quedan definidos explícitamente la mayor parte de la dedicación de los módulos 5 y 6. En cualquier caso la asignación anual se realizará según las premisas marcadas en el apartado 5.1 en el que se describe la dedicación del estudiante.

A continuación, se expone, a título descriptivo, los principales contenidos de cada una de las asignaturas relacionadas en los módulos anteriores:

Desarrollo de destinos	3	Herramientas y modelos de planificación y desarrollo de destinos turísticos des del ámbito de les administraciones locales (Ayuntamientos, Consejos Comarcales, Diputaciones, Patronatos de Turismo, Asociaciones Locales de empresarios turísticos, ...). Estudio de casos.
Desarrollo sostenible del Turismo	3	Criterios de sostenibilidad aplicados a la planificación del turismo. Diseño de indicadores de turismo sostenible. Desarrollo y seguimiento de proyectos y programas de turismo sostenible. Instrumentos de gestión ambiental del sector turístico.
Gestión económica de destinos	3	Análisis económico de los mercados turísticos. Externalidades. Macromagnitudes. Ciclos económicos.
Gestión financiera de productos turísticos	3	Planificación y control financiero. Control de gestión. Ratios financieros y no financieros. Plan de negocio. Análisis de riesgos, oportunidades y sensibilidades. Punto de equilibrio.
Habilidades directivas	3	Proveer de conocimiento y herramientas para ejercer la función directiva, especialmente en la gestión de recursos humanos.

Metodologías de investigación cualitativa	3	Acceso a los recursos metodológicos y herramientas prácticas para desarrollar proyectos de investigación desde una perspectiva cualitativa. Para ello se establece una base conceptual que ayude en los procesos de toma de decisiones característicos en la investigación en este ámbito.
Metodologías de investigación cuantitativa	3	Acceso a los recursos metodológicos y herramientas prácticas para desarrollar proyectos de investigación desde una perspectiva cuantitativa. Para ello se establece una base conceptual que ayude en los procesos de toma de decisiones característicos en la investigación en este ámbito.
Turismología	3	El estudio del turismo se ha realizado científicamente desde múltiples disciplinas y de forma transdisciplinar y multidisciplinar. Se introducirán las principales topologías de investigación, así como sus diferentes paradigmas.
Control de Gestión de una DMO	3	Los DMO (Destination Management Organization) como principales agentes de dinamización de los destinos. Sus forma organizativas. Gestión de la Calidad.
Gestión tecnológica de la información turística	3	Estudio del concepto de e-turismo y su incidencia en la información turística. Análisis de las webs como elemento más visible de este e-turismo. Estudio del s cambios de paradigma a partir de la web 2.0
Gestión turística de destinos urbanos	3	Diseño de estrategias turísticas a escala local. Modalidades de turismo en las ciudades. Análisis de demanda potencial. Marco normativo urbanístico. Criterios y condicionantes.
Imagen y branding en los destinos	3	Imagen del destino y desarrollo de actividades turísticas. Procesos de posicionamiento de destinos turísticos y funcionamiento del branding. Identificación y resolución de conflictos entre actividades. Implementación.
Instrumentos de planificación del territorio y el paisaje turístico	3	Establecer los principios teóricos y metodológicos básicos para analizar las prácticas de la planificación del territorio en relación con las actividades turísticas.
Redes y gobernanza en el turismo	3	Conceptos básicos sobre redes sociales haciendo hincapié en la principal literatura. Se discutirán una serie de temas relacionados como el de las stakeholders en una red y su importancia. Se abordarán los problemas de la comercialización y la gestión de destinos turísticos considerados desde una perspectiva de red.
Técnicas de análisis e información territorial	3	Estudio de los conceptos fundamentales y aplicaciones prácticas básicas de los Sistemas de Información Geográfica necesarios para la creación y el análisis de información geográfica aplicada a los estudios turísticos

Comportamiento y segmentación del consumidor	3	Estudio del comportamiento del consumidor y el conocimiento de sus necesidades. Análisis de las diferentes segmentaciones del consumidor turístico ante diversos productos.
Desarrollo de productos turísticos	3	Proceso de creación de productos turísticos. Principios de innovación creatividad para entender el proceso de creación y desarrollo de productos turísticos
Emprendimiento, creatividad e innovación	3	Promover el espíritu emprendedor aportando técnicas para la creatividad y la innovación en la industria turística.
Establecimiento de precios y presupuesto de marketing	3	Análisis de las estrategias de fijación de precios en el sector turístico, poniendo especial énfasis en los mecanismos de fijación de precios que permiten optimizar los beneficios de las empresas turísticas
Gestión operativa de proyectos turísticos	3	Gestionar y planificar un proyecto para el desarrollo de productos turísticos
Gestión de clientes para productos turísticos	3	Aspectos legales con más impacto en la gestión de los viajes y servicios de transporte, alojamiento y en el resto de actividades turísticas.
Marketing de productos turísticos	3	Gestión de clientes: satisfacción, conocimiento y fidelización. Creación y gestión de la imagen y la marca (posicionamiento). Modelos de bajo coste. Canales de comercialización. Plan de comunicación comercial.
Dirección estratégica en la empresa hotelera	3	Comprender los fundamentos de la gestión estratégica y desarrollar sus propios enfoques independientes a las complejidades e incertidumbres del entorno empresarial.
Diseño de las instalaciones hoteleras	3	Aprender los conceptos de la teoría del diseño de interiores, familiarizarse con el lenguaje de diseño y abordar una renovación con el fin de mejorar la apariencia del hotel, la comprensión de la relación espacial entre los diferentes espacios en un hotel.
Gestión de Food & Beverage	3	La capacidad de apreciar la comida y la bebida desde una perspectiva de gestión, para comprender los aspectos esenciales de los alimentos y las bebidas, como los costos económicos y cómo beneficiarse de las ventas de alimentos. Los temas esenciales sobre la industria de restaurantes y negocios.
Gestión de Rooms Division	3	Conocimiento de las principales características del departamento de división de ambientes, comprensión de todos los procesos y procedimientos realizados en el departamento, análisis del sistema de producción y funcionamiento del servicio de alojamiento.
Gestión de Recursos Humanos en la Empresa Hotelera	3	Desarrollar liderazgo relacionado con auto-liderazgo y auto-motivación, trabajo en equipo y liderazgo de equipo y comunicación y dar retroalimentación constructiva.
Marketing Estratégico de Hoteles	3	Introducción a los aspectos esenciales del marketing (conceptos claves, métodos de análisis, estrategias y tácticas) es fundamental para

		gestionar relaciones rentables con los clientes en el entorno dinámico y conectado de hoy en día.
Revenue and Yield Management en Turismo	3	Conocimiento de segmentación, tarificación dinámica y gestión de canales para la industria de alojamiento, entendiendo un enfoque práctico de los sistemas de Gestión de Rentas y Rendimientos, tanto desde el punto de vista de los modelos de negocio como de los esquemas tecnológicos.
Fundamentos en la Comunicación en Turismo	3	Concepto de comunicación. El proceso comunicativo y sus actores. Medios de comunicación y su funcionamiento.
Gestión de proyectos	3	Preparación de propuestas. Planificación y seguimiento de proyectos.
La Comunicación de la empresa turística	3	Análisis y desarrollo de un plan de comunicación.
Comunicación digital y posicionamiento	3	Herramientas online, comunicación en nuevos entornos digitales.
Branding de destinos y productos turísticos	3	Conceptos de imagen, identidad y branding. Gestión y estrategias de imagen, identidad y branding de destinos y productos turísticos.
Risk Management	3	Tipos de crisis. Principales modelos de gestión de la crisis. Fases de la crisis. Reacción y estrategias ante la crisis. La postcrisis.
Habilidades sociales y gestión del conocimiento humano	3	Comunicación interna. Conocimiento y desarrollo de habilidades comunicativas y personales. Competencias sociales y comunicativas.
Community Manager y Redes Sociales	3	El perfil del community manager. Social Media Plans. Las redes sociales más importantes. Usos y gestión de las redes sociales. Identidad y reputación online.
Posicionamiento y Publicidad Digital	3	Web 3.0, contenidos audiovisuales, live-streaming, internet of things, add works, etc.
Planificación de Medios Online	3	Elaboración de un plan de medios online, con su presupuesto, definición de público objetivo, objetivos, modelos publicitarios, modelos de contratación, definición de productos y servicios, canales, etc.
Comercio electrónico	3	Concepto de comercio electrónico. Investigación y análisis de distintos comercios electrónicos. Planificación, diseño y gestión de comercios electrónicos.
Análisis Web	3	Modelos de análisis web. Análisis y evaluación de webs. Big data. Análisis semántico, text-mining, data-mining.

Smart Destinations	3	Smart Cities. Smart Technologies. Gobernanza. Aplicaciones.
CRM (Customer Relationship Management)	3	Concepto de Customer Relationship Management (CRM). CRM y estrategia empresarial. Usos y aplicaciones de CRM en turismo.

Relación entre las competencias, los objetivos de aprendizaje y los resultados de aprendizaje

La Universidad de Girona opta por una planificación de la docencia centrada en competencias, entendiendo que el paso de los estudiantes por la universidad les supone la adquisición de unas competencias, realizando unas actividades de aprendizaje sobre los contenidos propios del campo de conocimiento.

En consonancia con este planteamiento, se considera que los objetivos de aprendizaje consisten en la adquisición de las competencias. De la misma manera, el resultado del aprendizaje es la consecución de la plena adquisición de las competencias. De ahí que en los proyectos de estudios de grado de la Universidad de Girona, las competencias figuren especialmente concretadas, mientras que no se mencionan objetivos de aprendizaje ni sus resultados. Ambos se remiten a las competencias.

En una primera revisión se puede considerar que “el bajo número de créditos de las asignaturas compromete gravemente la impartición de contenidos que permitan adquirir competencias de carácter avanzado o especializado”, queremos destacar que la unidad básica de planificación de la docencia es el módulo. Es en los créditos de cada módulo en su conjunto donde se trabajan y evalúan las competencias. Para evitar el tratamiento fragmentado de dichas competencias, que a menudo conlleva la distribución por asignaturas, hemos programado dos reuniones de coordinación de todo el profesorado de cada módulo: un encuentro en la fase de planificación, para asegurar el trabajo coherente y coordinado de competencias en las distintas asignaturas (tanto en lo que respecta a su desarrollo como a su evaluación) y una al final del proceso para analizar los resultados y compartir valoraciones, especialmente entre el profesorado que haya compartido el desarrollo de determinadas competencias (nótese que cada competencia se trabaja, al menos, en dos asignaturas).

5.4. Evaluación y calificación de los estudiantes

La evaluación y calificación de los estudiantes de másteres universitarios se realizará en créditos europeos (ECTS) tal y como establece el RD 1125/2003, de 5 de septiembre (BOE de 18 de septiembre de 2003).

Por el hecho que la metodología docente propia de los másteres de la UdG implica evaluación continuada, con independencia que las asignaturas programen o no examen final, los estudiantes dispondrán de una única calificación para cada una de las asignaturas en el mismo curso académico.

El nivel de aprendizaje conseguido por los estudiantes en las enseñanzas oficiales de másteres, se expresará mediante calificaciones numéricas, de acuerdo con lo establecido en el artículo 5 del RD 1125/2003, de 5 de septiembre (BOE de 18 de septiembre de 2003).

calificación cuantitativa	calificación cualitativa
de 0 a 4,5	Suspenso
de 5 a 6,5	Aprobado
de 7 a 8,5	Notable
de 9 a 10	Sobresaliente

Así mismo, y en aplicación del punto 6 del artículo 5 de la normativa anteriormente mencionada, como del Acuerdo por el cual se establecen los criterios para la concesión de la mención de "matrícula de honor" en el sistema de calificaciones de la Universidad de Girona (aprobado en la Comisión Académica y de Convalidaciones del día 19 de abril de 2006), se podrá otorgar esta mención a los estudiantes que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9,0. El número de matrículas de honor a cada una de las actas de calificaciones no podrá exceder de 1 matrícula de honor por cada 20 estudiantes o fracción.

La Normativa de Permanencia de la Universidad de Girona regulará el número de convocatorias que dispondrá un estudiante para matricular una asignatura no superada y determinará las consecuencias de permanencia que provoca esta situación.

Ponderación del expediente académico

Se procederá al cálculo de la media ponderada en aplicación del anexo I del Real Decreto 1044/2003, de 1 de agosto (BOE de 11 de septiembre de 2003), el Acuerdo de 25 de octubre de 2004 (BOE del 15 de marzo de 2005) del Consejo de Coordinación Universitaria i el Real Decreto 1125/2003, de 5 de septiembre (BOE de 18 de septiembre de 2003).

Esta se realizará sumando los créditos superados por el alumno multiplicados por el valor de la calificación que corresponda, a partir de la tabla de equivalencias que se expone a continuación, y dividido por el número de créditos superados por el alumno.

Media ponderada	=	$\frac{\sum N_{Ci} \times Q_i}{NC}$	<p>N_{Ci}: número de créditos superados Q_i: calificación correspondiente NC: número total de créditos superados por el alumno</p>
-----------------	---	-------------------------------------	---

tabla de equivalencias	
Suspenso	0
Aprobado	1
Notable	2
Sobresaliente	3
Matrícula de Honor	4

En el caso de asignaturas exentas para la formación previa acreditada y los créditos reconocidos sin calificación, no se tendrán en cuenta a los efectos de la ponderación.

5.5. Idioma de las clases

Las asignaturas se impartirán **en el idioma de cada itinerario o especialidad**. Los porcentajes pueden variar dependiendo de la lengua en la que impartan las clases los profesores visitantes. Los servicios lingüísticos de la Universidad de Girona pondrán en conocimiento de aquellos alumnos que no entiendan el catalán los diferentes programas de formación y apoyo a los que los estudiantes se podrán acoger.

Por otra parte, se recomienda tener un buen nivel de conocimiento y de comprensión de las otras lenguas, como francés, alemán e italiano escrito ya que parte de la bibliografía y documentación será facilitada en este formato.

5.6. Distribución temporal de los módulos en el Plan de estudios y competencias básicas y específicas asociadas:

La asignación de competencias básicas y específicas está incluida en el apartado *Planificación de las enseñanzas*.

5.7. Relación de actividades formativas, metodologías docentes y sistemas de evaluación.

A) Actividades formativas:

La asignación de actividades formativas está incluida en el apartado *Planificación de las enseñanzas*. A continuación, se especifica la lista de actividades formativas completa:

- 1) Búsqueda de materiales y recopilación de la información.
- 2) Casos prácticos.
- 3) Clases expositivas.
- 4) Clases participativas.
- 5) Elaboración y resolución de ejercicios.
- 6) Lecturas/comentarios de texto.
- 7) Prácticas externas.
- 8) Trabajo final de máster.
- 9) Estudio individual / autónomo

B) Metodologías docentes:

La asignación de metodologías docentes está incluida en las tablas previamente presentadas. A continuación, se especifica la lista de metodologías docentes completa:

- 1) Clases magistrales.
- 2) Clases dinámicas con participación de profesores y alumnos.
- 3) Expresión de conocimientos en forma oral o escrita.
- 4) Lectura comprensiva de textos.
- 5) Prácticas profesionales en empresas y/o instituciones.
- 6) Presentación oral y defensa de un tema con apoyo multimedia.
- 7) Realización de ejercicios.
- 8) Realización de trabajos individuales o en grupo.
- 9) Redacción de recensiones y ensayos bibliográficos.
- 10) Repaso y ampliación de apuntes según las fuentes bibliográficas.
- 11) Sesiones de tutoría para el seguimiento de las prácticas y/o TFM.

C) Sistemas de evaluación:

La asignación de sistemas de evaluación está incluida en las tablas previamente presentadas. A continuación, se especifica la lista de sistemas de evaluación completa:

- 1) Ejercicios prácticos.
- 2) Entrega de material de ejercicios, comentarios y análisis de casos.
- 3) Entrega de material vinculado.
- 4) Evaluación por tribunal único.
- 5) Prueba escrita.
- 6) Supervisión del tutor.
- 7) Trabajo de curso.

5.8. Relación de los módulos que componen el plan de estudios con la temporalización, contenidos, competencias, actividades de formación, metodologías docentes y sistemas de evaluación. Especial referencia a las prácticas externas y al trabajo de fin de máster.

La asignación de contenidos, competencias, actividades de formación, metodologías docentes y sistemas de evaluación está incluida en el apartado *Planificación de las enseñanzas*.

6. Personal académico

La Universidad de Girona ofrece los estudios de MASTER EN DIRECCIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL TURISMO desde el curso 2006-2007.

La implantación de este nuevo master que modifica el anterior se hará aprovechando los recursos de personal académico disponibles para el máster.

6.1 PROFESORADO Y OTROS RECURSOS HUMANOS

El profesorado necesario para impartir estos estudios de Master pertenece principalmente a los departamentos siguientes:

- Geografía
- Historia e Historia del Arte
- Organización, Gestión de Empresas y Diseño del Producto
- Economía
- Derecho Privado
- Derecho Público.

Personal académico disponible

Dada la organización académica del master, la asignación de créditos profesor se establece de forma constante a razón de 3 créditos por profesor (sin tener en cuenta las asignaciones por dirigir trabajos de fin de master y las tutorizaciones de prácticas).

La asignación a profesorado se corresponde con parte de la asignación actual de profesorado extrapolado hacia el nuevo master diseñado.

- Hay 19 de profesores en el máster. Entre ellos, 10 profesores son a tiempo completo en la universidad. Ello representa que el 52,63% de los profesores del máster son a Tiempo Completo.
- De los 19 profesores, 15 son doctores (78,95%)
- 9 profesores a tiempo parcial y dedicación compartida con otros títulos.
- Aproximadamente el 60% del profesorado tiene más de 10 años de experiencia en turismo, en centros de educación universitaria; el 36% tiene entre 5 y 10 años de experiencia docente en el ámbito del turismo y el 4% restante menos de 5 años.
- El 72% del profesorado tiene más de 10 años de experiencia en docencia universitaria; el 24% tiene entre 5 y 10 años de experiencia y el 4% restante menos de 5 años.
- Con referencia a la experiencia investigadora y acreditación en tramos de investigación reconocidos para los profesores a tiempo completo, se cuenta con el 90% profesores con esta capacidad.
- Finalmente, también se dispone de un profesional adecuado para ejercer las tutorías de las prácticas externas obligatorias de la titulación, que además dispone del soporte de uno de los profesores a tiempo completo de la plantilla actual.

CATEGORIA	NÚMERO DE PROFESORES	TOTAL %	DOCTORES %	NÚMERO DE CRÉDITOS	HORAS%
Profesor agregado	5	26,32%	100%	17,5	26,52%
Profesor asociado	9	47,37%	55,56%	31	46,97%
Profesor contratado doctor	1	5,26%	100%	3	4,55%
Profesor titular universidad	4	21,05%	100%	14,5	21,97%

Los estudios en turismo son y han de ser profesionalizadores, esto supone ofrecer un plan de estudios adaptado a una realidad en permanente proceso de transformación. Este contexto condiciona profundamente el perfil del profesorado que debe adecuarse a las necesidades formativas que se derivan de la implantación del nuevo master.

La dimensión del profesorado en turismo necesario para la implantación de este master en Turismo se ha hecho en base a la estructura docente y con los siguientes criterios:

- Las horas de aprendizaje con presencia de profesorado serán entre el 28% y el 40% del total de 25 horas el crédito ECTS, es decir, entre 7 y 10 horas el crédito. En algunas asignaturas se realizará docencia semipresencial y el tiempo de contacto en aula se reducirá a 2-3 horas por crédito, pero garantizando el contacto por vías telemáticas.
- Las horas con presencia del profesorado se desglosarán entre actividades grupo mediano (clase expositiva, prueba de evaluación, clases participativas, exposición de los estudiantes, lectura/comentario de textos, visionado/audición de documentos, etc.) y en casos concretos de grupo pequeño (clases prácticas, debate, análisis/estudio de casos, resolución de ejercicios, trabajo en equipo, ABP, etc.).
- Para los módulos 1 y 2, se plantean desdoblamientos para que las asignaturas se puedan impartir en distintos idiomas, según itinerario.
- El cálculo de los profesores equivalentes a tiempo completo se ha hecho en base a 21 créditos/profesor.

Estos datos han de entenderse como una aproximación, de tal manera que, tanto la concreción del número de créditos como su vinculación a áreas de conocimiento, se determinarán curso a curso a partir del procedimiento de aprobación del plan docente que la universidad establezca.

Tal y como se explicita en el punto 2.3, 12 grupos de investigación de la universidad han dado apoyo al programa de master. De entre ellos destacan dos grupos de investigación que aglutinan más del 50% de los profesores del Máster y que son el Laboratorio Multidisciplinar de Investigación en Turismo (LMRT - GRHCS58) y Redes Organizativas, innovación y desarrollo de estrategias y productos turísticos (ONIT - GRHCS087).

Las principales líneas de investigación de cada uno de estos dos grupos son:

Laboratorio Multidisciplinar de Investigación en Turismo:

- Competitividad, sostenibilidad, desarrollo y responsabilidad social de destinos y empresas turísticas.
- Planificación, gestión y políticas de destinos y productos turísticos
- Nuevas tipologías, tecnologías, demandas y productos turísticos
- Turismo cultural e imagen turística
- Gestión pública del turismo, territorio i financiación

Redes Organizativas, innovación y desarrollo de estrategias y productos turísticos:

- Análisis de redes relacionales: Estudio de la relevancia de las redes relacionales, su configuración y gestión, de la dinámica y evolución de las organizaciones, las capacidades y habilidades directivas para gestionar estos procesos de cambio, y los principales obstáculos en una gestión efectiva de este cambio.
- Gestión de la innovación: Estudio de la capacidad de innovación, la medida de la innovación turística, los determinantes de la innovación, la creación de estrategias y la competitividad de las empresas y organizaciones.
- Gestión de destinos: Planificación territorial de los destinos, análisis y desarrollo de productos, análisis de la imagen de los destinos.

- Análisis transfronterizo: Estudio de los efectos de las fronteras, destinos, productos, y marcas transfronterizas, análisis de redes transfronterizas.

6.2 OTROS RECURSOS HUMANOS

El Personal de Administración y Servicios (PAS) en el cual se encuentra depositada la gestión administrativa del Máster se identifica con las personas destinadas a la Secretaría Académica, la Secretaría de Estudios, la Secretaría Económica, la Conserjería y los operadores informáticos, las cuales desarrollan sus funciones en la Facultad de Turismo de la Universidad de Girona, y que dada su larga experiencia dentro de la administración universitaria aportan su dilatada y extensa trayectoria profesional como garantía del correcto funcionamiento del estudio.

Distribución del Personal de Administración y Servicios (PAS)

Administradora del Centro	1 Técnico	A1	F	adm.turisme@udg.edu
Secretaría Académica	1 Gestor 2 Aux. Administrativo	A2 B1	F F	secretariacademic.turisme@udg.edu Tel: 972 41 97 06 Fax: 972 41 97 09
Secretaría de Estudios	1 Administrativo	B1	F	secretariacademic.turisme@udg.edu Tel: 972 41 97 10
Secretaría Económica	1 Administrativos	B1	F	Tel: 972 41 97 04
Conserjería	3 Auxiliares de Servicio	B2	F	Tel: 972 41 97 00 Fax: 972 41 97 09
Biblioteca	1 Técnico 8 Gestores 8 Administrativos 1 Técnico	A1 A2 B1 grupo 3	F 7F/1L 7F/1L L	biblioteca.barrivell@udg.edu Tel: 972 41 80 30 Fax: 972 41 82 43
Personal informático	1 Técnicos 1 Técnico	grupo 2 grupo 3	L	Tel: 972 41 97 08 Fax: 972 41 82 30

F → Personal Funcionario

L→ Personal Laboral

Previsión de profesorado y otros recursos humanos necesarios

Todos los recursos humanos para la realización de este master se disponen ya actualmente ya que este master proviene de la reestructuración de un master ya en funcionamiento. Ello no excluye que, en un futuro, por diferentes razones de redimensión del master o de nueva especialización se requieran unos nuevos recursos humanos.

6.3 Mecanismos para asegurar la igualdad entre hombres y mujeres y la no discriminación de personas con discapacidad

El Consejo de Gobierno de la UdG aprobó en la sesión núm. 4/09, de 30 de abril de 2009, el "Plan de igualdad para personas con discapacidad de la UdG":

<https://www.udg.edu/es/compromis-social/Arees/Inclusio/El-Pla-dInclusio>

En el año 2006, la Universidad de Girona, creó la comisión para el Plan de Igualdad de Oportunidades entre Hombres y Mujeres para iniciar el proceso de elaboración del plan de igualdad. Un avance del plan de igualdad fue presentado en el Consejo de Gobierno el 31 de Enero de 2008. En septiembre de 2008 se aprobó la creación de la Comisión de Seguimiento del plan de Igualdad y finalmente, el 29 de enero de 2009 se aprobó por el consejo de gobierno el Plan de Igualdad de Oportunidades entre Hombres y Mujeres que se puede consultar en:

<https://www.udg.edu/es/compromis-social/Arees/Igualtat-de-Genere/El-Pla-dIgualtat>

Así mismo el 31 de mayo de 2007, la Universidad de Girona aprobó la creación de la Comisión para el Plan de Igualdad en Materia de Discapacitados creando este plan que se puede consultar en:

<https://www.udg.edu/es/compromis-social/Arees/Igualtat-de-Genere/El-Pla-dIgualtat>

7. Recursos materiales y servicios

7.1. Justificación de los medios materiales y servicios disponibles propios o concertados con otras instituciones ajenas a la Universidad, adecuados para garantizar la adquisición de las competencias y el desarrollo de las actividades formativas planificadas

7.1 Justificación de la adecuación de los medios materiales y servicios disponibles

Los estudios en Turismo se imparten dentro de la Facultad de Turismo que acoge también los estudios de Grado en Turismo y en Publicidad y Relaciones Públicas. Esta Facultad dispone actualmente de un edificio central situado en la calle Alemany, 4, en pleno casco antiguo de la ciudad de Girona.

En la primera planta de dicha sede están ubicados los servicios de conserjería, secretaría, administración e informática (despacho de la sección y dos aulas informáticas dedicadas tanto a la docencia como a su libre uso por parte de los estudiantes en horarios determinados). Asimismo, en esta planta se encuentra el servicio de bar. En la segunda planta está ubicado el Decanato, así como los despachos del profesorado, la sala de reuniones y espacios de tutorías.

La docencia se realiza actualmente en espacios de la Facultad de Letras, dentro del mismo campus del Casco Antiguo, y a muy pocos metros de la sede de la Facultad de Turismo. Todas las aulas utilizadas por la Facultad de Turismo están equipadas con: PC fijo, cañón de proyección, pantalla y retroproyector. Tres de las aulas tienen instalado además un visualizador de documentos. Por otro lado, el centro dispone de un cañón y de un *stock* de PC portátiles para uso exclusivo docente.

Estos espacios docentes permiten garantizar de manera adecuada el desarrollo de las actividades formativas de esta titulación (tal y como se están desarrollando actualmente). Sin embargo, dentro del Plan de Inversiones Universitarias 2008-2013, ya está prevista la construcción de un edificio para la Facultad de Turismo con un presupuesto aproximado de ocho millones de euros. Este edificio albergará los estudios del Grado y posgrado que se imparten en la Facultad. Tanto las instalaciones de la Facultad de Turismo como de la Facultad de Letras y de la Biblioteca permiten un acceso franco a cualquier persona con discapacidad.

7.1.1. Biblioteca de la UdG

Uno de los objetivos del denominado espacio europeo de enseñanza superior es la implantación de nuevas formas de aprendizaje que promuevan la autonomía del estudiante en lo que se refiere a la organización de su tiempo para el estudio, en la capacitación para el uso pertinente de la cantidad ingente de información que nos llega a través de la red.

La Biblioteca de la Universidad de Girona adaptó su modelo a los requisitos de este nuevo reto, ampliando sus servicios, creando otros nuevos, ampliando espacios e instalaciones y adecuando su oferta a las nuevas necesidades.

De este modo, siguiendo las directrices de la Red de Bibliotecas Universitarias españolas, REBIUN, sectorial de CRUE, se presentó, el 19-03-05 a Comisión de Biblioteca, la evolución hacia el modelo, que ha de servir mejor a las finalidades expuestas, el Centro de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación (**CRAI**) donde se hace real la oferta de nuevos y diferentes servicios y donde es posible la diversidad de usos:

- Se crearon espacios para el estudio y para el trabajo en grupo: cabinas individuales o aulas para estudio colectivo; aulas para clases en pequeño formato, o para visionado de programas multimedia;
- Se creó un **servicio de grabación de clases y conferencias** para que los estudiantes puedan visionarlas cuando quieran, desde sus ordenadores o en aulas ad-hoc
- Se creó un **repositorio de documentación multimedia (el DUGI-Media)** con las grabaciones a demanda de nuestros profesores y otras procedentes de nuestros archivos docentes, como ciclos de conferencias, clases de personajes importantes en el mundo de la ciencia y las humanidades, etc., que se ofrecen a los estudiantes para su visionado en el ordenador
- Se incrementó la flota de ordenadores de sobremesa y se creó un servicio de préstamo de portátiles con gran éxito entre los estudiantes.
- Se organizó un **Laboratorio docente con un front-office adherido** donde documentalistas, informáticos y técnicos de imagen ofrecen su colaboración en la elaboración de material docente.
- Se han dinamizado todos los servicios a partir de la organización de **cursos para la alfabetización informacional en aulas con los recursos de la Biblioteca.**
- Forma parte del CRAI la **Cartoteca**, que por sus colecciones y servicios es una de las mejor consideradas en el Consorcio de Bibliotecas Universitarias de Catalunya y de las pocas de REBIUN.

La UdG, a lo largo de los 16 años de constante crecimiento ha logrado, respecto a su Biblioteca, uno de sus objetivos de mayor envergadura, no sin considerables esfuerzos económicos y profesionales y con la implicación del profesorado: La agrupación de todos sus fondos en dos grandes Bibliotecas de Campus, correspondientes a los de la Universidad, que actúan, como Biblioteca única por lo que se refiere a los servicios, al catálogo y a la posibilidad de acceso, disposición, envío y retorno de los documentos entre una y otra Biblioteca.

- **La Biblioteca del Campus de Montilivi**, que presta sus servicios a las Facultades de Ciencias, Derecho, Económicas y Empresariales y a la Escuela Politécnica Superior y
- **La Biblioteca del Campus del Barri Vell**, con los fondos relativos a las Facultades de Letras y Turismo. En un futuro próximo volverá a dar servicio a las Facultades de Educación y Psicología, las cuales, por razones de renovación de sus edificios se atienden, junto con los estudios de Enfermería, desde la **Biblioteca Emili Grahit**, en el **Campus Centre** de forma provisional hasta su integración definitiva, actuando, en las prestaciones y servicios como Biblioteca Única igual que las dos anteriores.

El fondo bibliográfico de los estudios en Turismo está depositado en la Biblioteca del campus del Casco Antiguo. Se trata de un fondo altamente especializado que empezó a crear la antigua Escuela Oficial de Turismo de Cataluña en el año 1992 y que constituye uno de los más importantes bagajes de este grado. La Biblioteca de la Universidad de Girona tiene la mención de "Biblioteca depositaria de la Organización Mundial del Turismo (OMT)" desde el año 2002.

La amplia franja horaria de atención

La Biblioteca de la UdG abre 345 días al año, 106 horas semanales, con un horario de 13'30 horas seguidas de lunes viernes y 12 los sábados, domingos y todos los festivos excepto Navidad, Año Nuevo y días señalados. En las épocas de exámenes se amplía el horario hasta las 3 de la madrugada, lo que nos sitúa en los puestos de cabeza de la oferta horaria de las Bibliotecas REBIUN (V: *Anuario de las bibliotecas universitarias y científicas españolas, REBIUN, 2006*)

Horario de apertura: De lunes a viernes, de 08.00 h. a 21.30 h (03.00 en los períodos de exámenes); Sábados Domingos y festivos de 19.00 h. a 21.00 h.

La oferta de espacios, plazas e instalaciones

Finalizadas en 2007 las últimas fases de edificación, la Biblioteca de la UdG ofrece un total de 10.141 m². y 1.755 plazas, 353 de las cuales equipadas con **ordenador**. En cuanto a estos equipos multimedia, la Universidad de Girona ocupa el segundo lugar del Anuario REBIUN, con 35,52 estudiantes por ordenador y la 5ª posición en puestos de lectura con ordenador (23,12%)

	Montilivi	Barri Vell	Emili Grahit	TOTAL
Superficie	6.835 m ²	2.818 m ²	488 m ²	10.141
Plazas	1.049	520	186	1.755
Plazas informatizadas	187	109	7	303
Portátiles en préstamo				50

Es importante señalar el uso de las instalaciones, por ejemplo, el número de visitas a la Biblioteca por usuario, es de 108,64 lo que nos ha valido a la Universidad de Girona a situarse en un 6º lugar en el citado Anuario de las Bibliotecas de REBIUN y las 609,90 visitas a la web por usuario, el 5º puesto.

Servicios para la Docencia

La Biblioteca imparte, desde hace muchos años diferentes cursos alfabetización informacional como la optimización de las búsquedas y uso de los recursos electrónicos, a distintos niveles: Sesiones de acogida, primeros ciclos o grados, otros con reconocimiento de Créditos o partes de asignaturas iniciales dentro de los cursos curriculares. Se interviene incluso en los programas de Máster y Postgrado.

Actualmente se están programando los cursos sobre las competencias transversales en el uso de los recursos de información por áreas temáticas.

Biblioteca e investigación

Queremos destacar dos de los servicios que se ofrecen a los investigadores: La Biblioteca Digital, con la suscripción en consorcio con el CBUC entre todas las Bibliotecas Universitarias de Catalunya a los principales recursos de información electrónica (revistas y bases de datos), y la incorporación en el programa de gestión de la investigación GREC.

Para promover el uso de la información digital, se ha procedido a la instalación de servicios wi-fi en todos los Campus y a la implementación de una aplicación VPN - SSL para el acceso remoto a estas colecciones para todos los miembros de la comunidad UdG desde otros lugares y países.

La Biblioteca Digital de la UdG ofrece el acceso a 14.993 títulos de revistas electrónicas de importantes hosts como Elsevier, Wiley, Blackwell, etc., y a 159 bases de datos (entre las cuales las de ISI WEB of Knowledge subvencionada por FECYT), que dan acceso a más de 13.000.000 de artículos a texto completo y a más de 12.000.000 de referenciales, que incluyen los 8.000.000 de la Base de datos de Sumarios, ésta última gestionada conjuntamente con el CBUC.

Uso de los recursos digitales	2002	2003	2004	2005	2006
consultas a la web de la Biblioteca	1.389.965	2.235.160	2.803.155	6.394.249	7.368.858
consultas a bases de datos	67.407	166.307	184.228	241.284	410.901
artículos a texto completo descargados	17.791	63.902	104.679	108.910	133.321

El programa de gestión de la investigación GREC

Desde los inicios de la puesta en marcha del programa GREC, una base de datos-inventario de la investigación en la UdG, la Oficina de Investigación y Transferencia Tecnológica solicitó la ayuda de la Biblioteca para que se garantizara la correcta citación de las autorías, títulos, etc.,

La unificación de nombres y citas nos permitió conocer de forma exhaustiva nuestra producción científica.

El siguiente paso fue la recogida, a partir de las citas de los artículos y publicaciones referenciados de los artículos a texto completo y a la búsqueda de las publicaciones en formato electrónico. Así se pusieron las bases del repositorio de documentación digital (DUGI-Doc) donde se guarda y se ofrece a texto completo, siempre que lo permitan los derechos, la documentación producto de la investigación de la UdG.

La gestión de la calidad en la Biblioteca de la UdG

La Biblioteca de la UdG se ha sometido a diversos procesos de evaluación: En la agencia AQU, en dos ocasiones y en el año 2005 por ANECA.

La primera evaluación de AQU para el periodo 1994-1998. Este proceso finalizó en 2002, con la publicación del informe "Avaluació transversal dels Serveis Bibliotecaris" de l'AQU i el CBUC. En 2006 se participó de nuevo en l'Avaluació dels serveis bibliotecaris i de la seva contribució a la Qualitat de l'aprenentatge i de la recerca, a instancias de AQU. Este segundo proceso –también transversal para todas las bibliotecas universitarias catalanas– analizaba el período 2001-2005.

En el año 2005, ANECA nos concedió el Certificado de Calidad de los Servicios de Biblioteca de las Universidades (convocatoria de 2004), basado en el análisis del periodo 1999-2003.

Finalmente queremos mencionar el *Atlas digital de la España universitaria*, realizado por un equipo de geógrafos de la Universidad de Cantabria, en 2006, según el cual, la UdG ocupaba el 6º lugar en un ranking cualitativo entre las 63 bibliotecas universitarias y científicas españolas, en base a un conjunto de indicadores elaborados a partir de Anuario de las Bibliotecas universitarias y científicas españolas de REBIUN, estructurados en los siguientes apartados: infraestructuras, recursos bibliográficos, gastos e inversión, nuevas

tecnologías, personal de biblioteca y, el indicador de usuarios, que ha considerado el número de visitas, préstamos y préstamos inter-bibliotecarios realizados.

7.1.2. Revisión y mantenimiento de las infraestructuras y equipamientos

Para asegurar la revisión y el mantenimiento de las infraestructuras, instalaciones, materiales y servicios, la Universidad de Girona dispone de un servicio propio de Oficina Técnica y Mantenimiento (SOTIM) con un equipo de siete técnicos más sus servicios administrativos, que organizan y supervisan las tareas de mantenimiento preventivo y correctivo.

Estos trabajos son mayoritariamente externalizados mediante contratos, bajo concurso público, para cada tipo de instalación, tanto genérica como específica, para laboratorios y talleres. También se dispone de un equipo reducido propio de asistencia al mantenimiento correctivo.

Para la reposición y el mantenimiento de materiales informáticos se ha elaborado y aprobado el Plan Prever para aulas informáticas y un sistema "leasing" en el caso de algunos equipos especiales.

7.2 Previsión de adquisición de los recursos materiales y servicios necesarios.

Por lo que se refiere a la adquisición de recursos materiales, el presupuesto de la Facultad tiene previsto destinar cada año una partida a la renovación del equipamiento de las aulas.

En los acuerdos bilaterales entre la Facultad y el Rectorado de la UdG hay actuaciones cuyo objetivo es la adquisición de nuevo equipamiento (por ejemplo, los tres visualizadores de documentos y cuatro de los cañones de proyección que están ubicados en las aulas se adquirieron gracias a varias actuaciones correspondientes a los acuerdos 2006 y 2007).

8. Resultados previstos

8.1. Valores cuantitativos estimados para los indicadores que se relacionan a continuación y su justificación:

TASA DE GRADUACIÓN	60,0 %
TASA DE ABANDONO	12,5 %
TASA DE EFICIENCIA	88,8 %

Justificación de las estimaciones realizadas.

Para fijar estos valores se han tomado como referencia los datos del actual Máster, pero en ningún caso se pueden considerar realmente significativos ya que la duración del título se reduce significativamente.

Otros indicadores que se ha estudiado se han obtenido de los datos de las universidades públicas catalanas que imparten la titulación de Turismo, datos extraídos del portal web UNEIX (*data warehouse*) del sistema universitario catalán. Asimismo, se han tenido en cuenta los datos de rendimiento académico de la Diplomatura en Turismo impartida por la Facultad de Turismo.

Tasa de graduación: Valor estimado: 60%

Justificación: La duración de un año académico del título junto con la necesidad de realizar el trabajo de fin de postgrado puede dificultar la finalización del título durante el primer año. La principal dificultad para cubrir esta tasa vendrá por la alta inserción laboral siendo aún estudiantes. Eso provocará que, en muchos casos, los alumnos dilaten la duración de sus estudios para poder compaginar trabajo y estudios.

Tasa de abandono: Valor estimado 12,5%

Justificación: Se fija un valor para la tasa de abandono por encima del 10% basada sobre todo en el hecho de la alta inserción laboral. No se dispone de datos de referencia de la tasa de abandono tal como la define el Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre.

Tasa de eficiencia: Valor estimado 88,8%

Justificación: Se prevé que la mayoría de estudiantes que no se titulen en los primeros años de duración de sus estudios sean por la no realización del trabajo de fin de máster.

8.2. Procedimiento general de la Universidad de Girona para valorar el progreso y resultado de aprendizaje de los estudiantes:

La Universidad de Girona dispone de un SGIC aprobado por la Agencia para la Calidad del Sistema Universitario de Catalunya (AQU Catalunya) para el diseño e implementación del Sistema de aseguramiento de la calidad.

Este sistema recoge una serie de 30 procesos enmarcados en las directrices definidas por el programa AUDIT.

Los primeros pasos en la implementación de este sistema de garantía de calidad fueron el acuerdo para la Creación de la comisión de calidad (CQ) y aprobación de su reglamento de organización y funcionamiento, aprobado en el Consejo de Gobierno nº 4/10, de 29 de abril de 2010, y el acuerdo de aprobación del Reglamento de organización y funcionamiento de la estructura responsable del sistema de gestión interno de la calidad (SGIC) de los estudios de la Universidad de Girona, del Consejo de Gobierno de 28 de octubre de 2010.

Posteriormente y atendiendo a los cambios en la visión del marco VSMA, en el cual se da una importancia primordial tanto a la acreditación de los estudios como al seguimiento que debe realizarse para poder alcanzar esta acreditación sin dificultades, la Universidad consideró conveniente modificar esta estructura y crear las comisiones de calidad de centro que son las encargadas del seguimiento de la calidad de las titulaciones y del despliegue del SGIC en el centro. Este cambio se realizó con la aprobación del *Reglamento de organización y funcionamiento de las estructuras responsables de la calidad de los estudios de los centros docentes de la Universitat de Girona* en la sesión 4/15 de 28 de mayo del Consejo de Gobierno de la Universidad.

Para realizar este seguimiento la Universidad de Girona sigue las disposiciones de la *Agència per a la Qualitat del Sistema Universitari de Catalunya (AQU Catalunya)* y analiza las evidencias e indicadores necesarios en base a 6 estándares de acreditación:

- Calidad del programa formativo
- Pertinencia de la información pública
- Eficacia del sistema de garantía interna de la calidad de la titulación
- Adecuación del profesorado al programa formativo
- Eficacia de los sistemas de apoyo al aprendizaje
- Calidad de los resultados de los programas formativos

Las evidencias e indicadores que se analizan son las que se solicitan en el documento de AQU Catalunya *Evidencias e indicadores recomendados para la acreditación de grados y másteres* así como todos aquellos que el centro crea necesarios.

Los informes de seguimiento, pues, analizan con detenimiento los resultados de aprendizaje de los estudiantes en el estándar 6. Para ello se cuenta con datos de las principales tasas de resultados (tasa de rendimiento, tasa de eficiencia, tasa de graduación, tasa de abandono, tiempo medio de graduación...) así como información detallada de cada una de las asignaturas.

Dentro de los indicadores de resultados debe tenerse en cuenta también los datos sobre la inserción laboral de los titulados. Para ello se cuenta con la información procedente de los informes periódicos de inserción laboral que lleva a cabo AQU Catalunya, junto con los Consejos Sociales de las universidades catalanas. Actualmente se cuenta ya con 6 estudios desde el año 2001 al 2017 aunque los másteres se incorporaron únicamente en las dos últimas ediciones. Estos estudios ofrecen información no sólo del estado de ocupación de los egresados sino también de su satisfacción con los estudios y de la utilidad de la formación recibida.

A partir de estos informes de acreditación y seguimiento, la Comisión de Calidad del centro docente establece un Plan de Mejora en el cual se establecen los objetivos de mejora y las acciones que se deben llevar a cabo para alcanzarlos. Este Plan de Mejora es aprobado por Junta de centro y es público en la página web de calidad de la Universidad.

Este proceso de detección de áreas de mejora e implementación de medidas correctoras se encuentra descrito en los diferentes procedimientos del Sistema de Garantía Interna de Calidad de la UdG:

- P4 Seguimiento de los resultados y mejora de la titulación
- P21 Evaluación de la inserción
- P28 Acreditación de titulaciones
- P29 Revisión del SGIC
- P31 Gestión de la mejora de los centros docentes

9. Sistema de garantía de calidad

El sistema de Garantía de Calidad se puede encontrar en la siguiente página web de la Universidad de Girona:

<https://www.udg.edu/es/udgqualitat/Sistema-de-garantia-interna/Procediment-SGIO>

10. Calendario de implantación

10.1. Cronograma de implantación de la titulación:

Este título de Máster se implantó el curso 2010-2011.

Dado que este Máster es de 60 ECTS y substituyó un Máster de 120 ECTS durante el curso académico 2010-2011 convivieron estudiantes de los dos Másteres. En todo caso se dio la posibilidad de adaptar los estudios realizados en el antiguo Máster a este según el procedimiento detallado en el punto siguiente.

Se espera implementar la modificación del máster en el curso académico 2020-2021.

10.2. Procedimiento de adaptación al nuevo plan de estudios por parte de los estudiantes procedentes de la anterior ordenación universitaria:

Este nuevo master, al substituir parcialmente el *Máster universitario en Dirección y Planificación del Turismo de 120 créditos ECTS* se permitirá su adaptación a los estudiantes que lo estén cursando sin haber logrado aun el título. Para ello se establece la siguiente tabla de correspondencia entre las asignaturas del Master de 120 ECTS con sus respectivas asignaturas de este nuevo programa para facilitar la posible adaptación de estudiantes.

MUDPT-120ECTS	ECTS	MUDPT- 60ECTS
Desenvolupament sostenible del turisme	3	Desarrollo sostenible del Turismo
Habilitats directives a les organitzacions turístiques	3	Habilidades directivas
Economia i gestió pública turística	3	Gestión económica de destinos
Gestió de destinacions turístiques locals	3	Desarrollo de destinos
Gestió financera d'empreses turístiques	3	Gestión financiera de productos turísticos
Mètodes qualitatus	3	Técnicas cuantitativas
Mètodes quantitatus	3	Técnicas cualitativas
Estratègies de comunicació i distribució dels productes turístics	3	Marketing de productos turísticos
Desenvolupament i gestió de productes turístics	3	Desarrollo de productos turísticos
La contractació en el desenvolupament i gestió de productes turístics	3	La contratación en el desarrollo y gestión de productos turísticos
Gestió de projectes per al desenvolupament de productes turístics	3	Gestión operativa de proyectos turísticos
Estratègies de segmentació i gestió de preus dels serveis turístics	3	Establecimiento de precios y presupuesto de marketing
Clústers turístics i cooperació	3	Redes y gobernanza en el turismo
Tècniques d'anàlisi i informació territorial i	3	Técnicas de análisis e información territorial
La gestió de la qualitat a les destinacions turístiques	3	Control de gestión de una dmo
Instruments de planificació territorial turística	3	Intrumentos de planificación territorial turística
Desenvolupament d'activitats	3	Imagen y branding en los

turístiques i imatge de la destinació		destinos
Tecnologies de la informació i comunicació en la gestió de productes i activitats turístiques	3	Gestión tecnológica de la información turística
Planificació turística local	3	Gestión turística de destinos urbanos

10.3. Enseñanzas que se extinguen por la implantación del correspondiente título propuesto:

Esta nueva propuesta sustituye al programa existente del Máster universitario en Dirección y Planificación del Turismo de 120 créditos ECTS, que fue aprobado por la Agencia para la Calidad del Sistema Universitario de Cataluña (AQU) en el año 2006 y por la Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación (ANECA) en el año 2009.