

PLAN DE ESTUDIOS – DIPLOMADO EN TURISMO

Curso-Cuat.	ASIGNATURA / Créditos	TIPO (*)	BREVE DESCRIPCIÓN DEL CONTENIDO
1 A	Informática de gestión I (6)	O.U.	Computad. personales. Principales herramientas ofimáticas. Intro. a la programación. Nuevas tecnologías aplicadas al turismo.
1 A	Matemáticas para economía (6)	O.U.	Elemen. básic. del álgeb. lineal y cálculo diferenc. e integral. Nocs. de estadíst. descriptiva y de matem. de las op. financieras.
1 A	Patrimonio cultural (6)	T	Manifestaciones artísticas y culturales. Análisis del patrimonio cultural como recurso turístico
1 A	Estructura de mercados (6)	T	Análisis de los flujos turísticos. Estructura de los mercados turísticos. Oferta y demanda.
1 A-B	Inglés I (6)	T	Intensificación y perfeccionamiento del idioma inglés, con especial aplicación al sector turístico
1 A-B	Recursos territoriales turísticos (9)	T	Estudio del medio para el desarrollo del turismo. Su implantación y ordenación en el espacio
1 A-B	2º Idioma (Francés o Alemán) I (6)	T	Expresión y comprensión oral y escrita, con especial atención al sector turístico y a textos técnicos y económicos
1 B	Derecho y legislación I (4,5)	T	Introducción al derecho, derecho de la contratación y del consumo en el sector turístico
1 B	Organización y gestión de empresas I (4,5)	T	Análisis de las estructuras organizativas y de los recursos humanos en las empresas turísticas.
1 B	Introducción a la economía (6)	T	Introducción al análisis económico, con especial referencia al turismo
1 B	Operaciones y procesos de producción (6)	T	Operaciones y procesos de restauración, alojamiento, intermediación turística y ocio.
2 A	Márketing turístico (6)	T	Creación de productos turísticos, determinación de precios, comunicación y distribución.
2 A	Contabilidad (6)	T	Contabilidad financiera y de costes aplicadas al turismo.
2 A	Derecho y legislación II (6)	T	Legislac. especif. del turismo. Leyes y reglam. que afectan a ordenación del turismo y a explotación de las empresas turísticas
2 A-B	Inglés II (6)	O.U.	Intensificación y perfeccionamiento del idioma corresp., con espec. aplicación al sector turístico
2 A-B(1)	2º Idioma (francés o alemán) II (6)	O.U.	Expresión y comprensión oral y escrita, con especial atención al sector turístico y a textos técnicos y económicos
2 B	Gestión financiera (6)	O.U.	El sistema de financiación en la empresa turística: objetivos y funciones. Decisiones de inversión y financiación.
2 B	Gest. fiscal de la empr. turística (4,5)	O.U.	Concep. bás. de Dcho. Tribut. en relac. con el sector turíst. Normas que inciden en las empresas turíst: IAE, IRPF, IVA, IS
2 B	Practicum I (6)	T	Prácticas en organizaciones e instituciones de turismo
3 A	Optativas generales + Libre elección 6 Estancia en Universidad Extranjera		
3 A-B	Inglés III (6)	O.U.	Redacción de textos técnico-económicos. Lectura de textos complejos. Conversación y negociación
3 B	Gestión de calidad (6)	O.U.	Calidad total como factor estratég. Calidad en productos, destinos y servicios turísticos. Planif. y gestión de sistemas de calidad.
3 B	Organiz. y gestión de empresas II (4,5)	T	Análisis de las estructuras organizativas y de los recursos humanos en las empresas turísticas
3 B	Practicum II (4)	T	Prácticas en organizaciones e instituciones de turismo
3 B	Prueba Final de Idioma (4,5)	O.U.	Preparac. para la prueba oral y escrita de conocim. y capacidades de comprensión y expresión, con espec. atención al sector turístico.
3 B	Proyecto Fin de Carrera (4,5)	O.U.	Elaboración de un proyecto de gestión o de intervención en el sector turístico
	INTENSIFICACION DE DIRECCIÓN Y GESTIÓN HOTELERA		
2 A	Gestión de producción en restauración (6)	O	Conocimiento de un dpto. de cocina y elementos que lo componen, técnicas de restauración y operaciones de sala y bar.
2 A	Gestión de producción en alojamientos (6)	O	Organiz. y seguim. de todas las oper. deriv. de la venta de habitac. Organiz. y funcionam. de la limpieza general y la lavandería.
2 B	Gestión de aprovisionamiento y compras (6)	O	Métodos, presup. y control de costes en la función de aprovisionamientos. Gestión de compras, recepción, stocks e inventarios.
2 B	Instalaciones y equipamientos (4,5)	O	Estudio de las instalaciones y equipamientos necesarios para el desarrollo de la actividad hotelera y de restauración
3 B	Estrategias de comercialización para hoteles y restaurantes (4,5)	O	Componentes estratégicos de la comercialización de hoteles y restaurantes. Investigaciones y estudios de mercados, planes de marketing y evaluación de resultados.
	INTENSIFICACION DE GESTION Y COMERCIALIZACION DEL TURISMO		
2 A	Metodología de la investig. en turismo (4,5)	O	Métodos y técnicas de investigación cuantitativa, con aplicación al estudio del turismo.
2 A	Sociología del turismo y del ocio (4,5)	O	Introducción a la sociología general, estructura general del turismo y del ocio e impactos socio-culturales del turismo
2 B	Gestión de Producción en empresas de intermediación (6)	O	Servicios, procesos de producc., gestión y rentabili. en agencias de viaje. Técnicas para la confecc. y organiz. de viajes y atención al cliente
2 B	Informática de gestión II (7,5)	O	Estudio de las aplic. informát. más extendidas en gestión y contabil. de agencias de viaje y en serv. computerizados de reservas
3 B	Estrategias de comercialización y comunic. de productos y destinos turísticos (4,5)	O	Componentes estratégicos de la comercialización y comunicación de productos y destinos turísticos, investigaciones y estudios de mercado, planes de marketing y evaluación de resultados.
	INTENSIFICAC. DE PLANIFICACIÓN Y DESARROLLO TURÍSTICO		
2 A	Metodología de la investig. en turismo (4,5)	O	Métodos y técnicas de investigación cuantitativa, con aplicación al estudio del turismo.
2 A	Sociología del turismo y del ocio (4,5)	O	Introducción a la sociología general, estructura general del turismo y del ocio e impactos socio-culturales del turismo
2 B	Gestión pública y política turística (9)	O	Objets. e instrum. de polít. Turíst. Política turíst. en la UE y España. Instrum. para una gestión pública efic. Gestión turística municipal.
2 B	Planificación regional del turismo (4,5)	O	Fundamentos de la planificación regional turística. Instrumentos, técnicos y procesos para la planificación turística regional
3 B	Estrategias de comercialización y comunic. de prod. y destinos turísticos (4,5)	O	Componentes estratégicos de la comercialización y comunicación de productos y destinos turísticos, investigaciones y estudios de mercado, planes de marketing y evaluación de resultados.
	OPTATIVAS GENERALES		
3 A	Comportamiento del consumidor (4,5)	O	Modelos del comport. del consumidor. Variables psicológicas de grupo y entorno. Comportamiento del consumidor y marketing.
3 B	Dirección estratégica y política de empresa (6)	O	Decisiones que definen la estrateg. de una empresa: combinac. tecnológ., productos, mercados. Objetivos y medios para alcanzarlos.
3 A	Geografía del turismo y del ocio (6)	O	Introducción a la geografía regional del mundo. Los grandes conjuntos regionales. Análisis geog. de España y la C. Valenciana
3 A	Gestión y organización de eventos, convenciones, ferias y congresos (4,5)	O	Análisis de aspectos operacionales, en la organiz. de eventos, festivales cult. y deport., congresos y ferias. Marketing de eventos.
3 A	Patrimonio histórico-artístico regional (6)	O	Conocimiento de los valores arquitectónicos y artísticos más destacados de la región
3 A	Técnicas de animac. y asist. a grupos (4,5)	O	Tipología y características de la actividad de asistencia a grupos, conducción de grupos turísticos y técnicas de animación
3 A	Turismo urbano (4,5)	O	La ciudad como destino, dimensión turíst. de la ciudad, turismo urbano a nivel internac. Planific. y gestión de ciudades turísticas
	Economía regional y desarrollo turístico (4,5)	O	Espacio económ. y región, polos de crecim. Activ. económ. reg. relacs. económ. interregionales. Desarrollo turístico regional
	Gest. de Espacios naturales y recreativos (4,5)	O	Análisis de las especificidades del espacio turístico. Tipologías. Dimensión económica, social y ecológica de su gestión
	Gestión de transporte (6)	O	Aspectos técnicos, juríd. y comerciales de los transp. terrestres, marítimos y aéreos. Función logística y canales de distribución.
	Impacto ambiental del desarrollo turístico (4,5)	O	Impactos ambientales del turismo. Capacidad de carga de los ecosistemas. Ecoturismo y desarrollo sostenible.
	Legislación laboral (4,5)	O	Análisis de las relaciones individuales y colectivas entre empresarios y trabajadores, con especial atención al sector turístico
	Sistemas de información turística (6)	O	Servicios, procesos de producción y gestión de oficinas de info. turística. Gestión de sistemas de información. Bases de datos.

(1) La asignatura Alemán II se cursa íntegramente en el cuatrimestre A

(*) Tipos de asignatura: T= Troncal; O.U.= Obligatoria de Universidad; O= Optativa.

Carga lectiva global: 207 créditos (86,5 Troncales, 55,5 Obligatorios de Universidad, 44 Optativos, 21 Libre Elección)

Para completar una intensificación, se deben cursar los 27 créditos de la misma. Además, deberá cursar 17 créditos a elegir entre las optativas de intensificación y las optativas generales. El alumno puede decidir cursar los 44 créditos de optatividad sin completar ninguna de las intensificaciones en cuyo caso no se le reconocerá ninguna intensificación.

Las asignaturas optativas que se imparten en la actualidad son solamente las que tienen curso y cuatrimestre asignado en la columna de la izquierda de cada tabla