

MEMORIA PARA LA SOLICITUD DE  
VERIFICACIÓN DEL TÍTULO DE



GRADUADO EN TURISMO  
POR LA  
UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA \*

---

\* Esta Memoria ha sido modificada conforme a las indicaciones recogidas en el informe emitido por la ANECA



## 1. DESCRIPCIÓN DEL TÍTULO

### DESCRIPCIÓN DEL TÍTULO

#### 1.1. Denominación:

GRADUADO EN TURISMO POR LA UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA

#### 1.2. Universidad solicitante y centro responsable:

UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA

ESCUELA UNIVERSITARIA DE CIENCIAS EMPRESARIALES†

#### 1.3. Tipo de enseñanza:

PRESENCIAL

#### 1.4. Número de plazas de nuevo ingreso:

100

#### 1.5. Número de créditos y requisitos de matriculación

Número de créditos del título: 240 créditos distribuidos según el siguiente cuadro:

DISTRIBUCION DEL PLAN DE ESTUDIOS EN CREDITOS	ECTS
Formación Básica:	60
- Básicas Comunes	36
- Básicas Específicas	24
Obligatorias	144
Optativas*	24
Prácticas Externas	18
Trabajo de Fin de Grado	6

\*Oferta de 24 créditos optativos a elegir 12 créditos (2 asignaturas optativas de 6 créditos cada una)

Número mínimo de créditos europeos por estudiante y período: 30

Se considerarán diversas modalidades de matrículas atendiendo a las siguientes circunstancias:

a.- Matrícula por primera vez:

† Este título también se impartirá en la Escuela adscrita de Turismo Iriarte, donde la diplomatura de referencia viene impartándose en el mencionado Centro

A tiempo completo: Estos alumnos se deberán matricular de 60 créditos ECTS a lo largo del curso académico

A tiempo parcial: Estos alumnos se deberán matricular de 30 créditos ECTS a lo largo del curso académico. El número de alumnos que podrá acogerse a este tipo de matrícula será de un 20 % de los alumnos admitidos para el primer curso. El objeto de la matrícula a tiempo parcial es hacer compatible el trabajo y el estudio por lo que serán los alumnos, una vez admitidos, los que soliciten esta modalidad. La selección de los alumnos que pueden acogerse a este tipo de matrícula la realizará el propio Centro al amparo de la normativa, criterios (nota de acceso, trabajo, residencia,...) y plazos establecidos. Los alumnos matriculados a tiempo parcial tendrán preferencia a la hora de escoger el turno; mañana o tarde.

b.- Matrícula de continuación de estudios:

Para los alumnos que continúen estudios los límites vendrán establecidos, únicamente, por las obligaciones académicas que establezca el plan de estudios; ordenación temporal (no más de 5 asignaturas por cuatrimestre y 30 créditos ECTS por cuatrimestre), horarios, prerrequisitos,...

c.- Permanencia:

De acuerdo a lo dispuesto en la normativa actual de la Universidad de La Laguna (Estatutos), aún no adaptada al EEES, todo alumno/a dispondrá de tres convocatorias por año. Se establece un mínimo de 30 créditos ECTS de matrícula anual para aquellos alumnos/as que deseen realizar los estudios de Grado tiempo parcial. Este número de créditos se estima que es superable en las convocatorias correspondientes a dos cursos académicos. Todo lo expresado queda condicionado a las nuevas normativas que establezca la Universidad de La Laguna en su proceso de adaptación al EEES.

d.- Igualdad

Teniendo en cuenta la Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, e independientemente de lo que dictame la Universidad de La Laguna en cuánto al proceso de admisión y matrícula en los futuros grados, conviene mencionar que, de forma particular, el Grado en Turismo ha incluido en su Plan Docente materias específicas dedicadas a establecer mecanismos a nivel

empresarial capaces de garantizar la igualdad efectiva entre hombres y mujeres. De hecho, la Comisión de Elaboración de Planes de Estudios ha manifestado su interés por incluir en la asignatura de Derecho del Trabajador apartados específicos dedicados a profundizar sobre este aspecto.

e.- Otros

Además de las circunstancias descritas en los apartados anteriores se tendrá en cuenta lo establecido en las Instrucciones Regulatoras del Procedimiento de Acceso establecidas por La Universidad de La Laguna que para las Titulaciones de Ciclo Corto del curso académico 2008/09 (Anexo 9) establecen los siguientes criterios:

Formación Profesional: Se reservará un 26 % de las plazas a alumnos/as procedentes de Formación Profesional

Titulados: Se reservarán un 2% de las plazas para alumnos/as que estén en posesión de un Título Universitario Oficial o equivalente.

Extranjeros: Se reservarán un 3% de las plazas a ciudadanos/as extranjeros/as, no aplicándose esta condición a nacionales de países miembros de la Unión Europea.

Discapacitados: Se reservará un 3% a alumnos/as que certifiquen alguna de estas circunstancias; tener reconocido un grado de discapacidad igual o superior al 33%, acreditar menoscabo total del habla o pérdida de la audición, acreditar necesidades educativas especiales o permanentes asociadas a condiciones personales de discapacidad

Deportistas de alto nivel: Se reservará un 3% de las plazas para quienes acrediten su condición de Deportista de Alto Nivel

Mayores de 25 años: Se reservarán un 3% de las plazas para alumnos/as que hayan superado las pruebas específicas de acceso para mayores de 25 años

Las autoridades académicas del Centro y la Universidad tienen establecidos los mecanismos para que todas las actividades de docentes y discentes del plan se realicen respetando los derechos fundamentales y de igualdad entre hombres y mujeres, la promoción de los Derechos Humanos y los principios de

igualdad de oportunidades, la no discriminación y accesibilidad universal de las personas con discapacidad.

---

#### 1.6. Resto de información necesaria para la expedición del Suplemento

Europeo al Título:

Rama de conocimiento: Ciencias Sociales y Jurídicas

Naturaleza de la Institución: Universidad Pública

Naturaleza del Centro: Escuela Universitaria Propia de la Universidad

Profesiones para que las que capacita: Profesionales en gestión y dirección de empresas y entidades turísticas

Lengua: Español (a excepción de las asignaturas que imparten las áreas de Filología Inglesa – Lengua Inglesa - y Filología Alemana – Lengua Alemana -)

---



## 2. JUSTIFICACIÓN

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

Desde el comienzo de la actual Reforma Universitaria, la EUCE ha estado muy implicada en la misma mediante un trabajo exhaustivo con el objetivo de alcanzar un modelo final consensuado que recogiese todos los aspectos relevantes del título objeto a evaluación.

El presente Proyecto muestra el resultado de un compendio de acciones que abarcan:

- nuestra experiencia piloto ECTS, ha implicado la puesta en práctica de las nuevas metodologías docentes con los actuales y futuros planes de estudio. A través de experimentar las fortalezas y debilidades de dichas innovaciones hemos definido el Grado en Turismo. La actual titulación (Diplomado en Turismo) dispone de una notable experiencia en la aplicación de este sistema ya que ha participado en el Proyecto Piloto de Experimentación del Crédito Europeo durante 3 cursos académicos consecutivos (incluyendo el curso académico actual 08-09). Concretamente, la adaptación al Espacio Europeo de Educación Superior (EEES) se inicia en el año académico 06/07 a través de dicho Proyecto Piloto. En ese año, comenzaba una experiencia impulsada desde el Vicerrectorado de Planes de Estudio y Títulos Propios (actualmente Vicerrectorado de Ordenación Académica) con el objetivo de ensayar los requerimientos planteados por el proceso de Convergencia Europea.

El nuevo paradigma educativo introducido a partir de los créditos ECTS, ha supuesto una profunda transformación del modelo educativo en la titulación. Por un lado, disminuye el énfasis en la transmisión del conocimiento por parte del profesorado y subraya el papel activo y responsable del estudiante en su propio proceso de aprendizaje. Por otro lado, promueve el aprendizaje conceptual y la adquisición de las competencias necesarias para que el titulado pueda desenvolverse adecuadamente en el ámbito laboral.

En el último informe técnico sobre los resultados de la encuesta de valoración del profesorado y alumnado de la actual Diplomatura en Turismo del Proyecto Piloto de Experimentación del Crédito Europeo emitido por el

Vicerrectorado de Profesorado y Calidad Docente se pone de manifiesto una valoración positiva de la experiencia de implantación del ECTS. En este sentido los bloques relacionados con programa formativo y/o metodología, y evaluación forman los aspectos más valorados.

- análisis de los estudios correspondientes o afines en el territorio español y europeo Europa,

- estudios de inserción laboral de los titulados durante los últimos tiempos

- debate sobre perfiles y competencias profesionales

- participación de agentes externos (representantes la Cámara Oficial de Comercio, Industria y Navegación de Santa Cruz de Tenerife, Asociación Hotelera y Extrahotelera de Tenerife, La Palma, La Gomera y El Hierro y, Confederación Provincial de Empresarios de Santa Cruz de Tenerife) en el diseño del Título

- actividades organizadas por el Centro que nos han ayudado de forma notable a darle consistencia a este Grado. Entre estos encuentros, hemos de destacar:

- XXII Semana de la Empresa: del 14 al 18 de mayo de 2007
- XXIII Semana de la Empresa: del 7 al 11 de abril de 2008
- XXIV Semana de la Empresa: del 4 al 8 de mayo de 2009
- Curso piloto para el desarrollo de habilidades para la empleabilidad en el ámbito universitario: 1º Curso del 26 al 30 de marzo de 2007 y 2º Curso del 9 al 13 de abril de 2007
- I Foro de Emprendeduría de la Universidad de La Laguna 21 de mayo de 2008
- II Foro de Emprendeduría de la Universidad de La Laguna 28 de abril de 2009

- interacciones informales surgidas en la tutorización y seguimiento de las prácticas de empresa (Practicum) además de las conversaciones con diversos empresarios de nuestro entorno más inmediato. En la actualidad mantenemos

convenios con las siguientes empresas, organizaciones y administraciones turísticas:

- 1) ASHOTEL (con sus correspondientes hoteles asociados, Hotel Riu Garoe, Hotel Playa Canaria, Hotel Tierra del Oro, Hotel Mencey, Hotel Silken Atlantida, Hotel Sheraton La Caleta, Hotel Abama, Hotel Oceano)
- 2) Agencia de Viajes Corte Inglés
- 3) Grupo Iberojet
- 4) Grupo TUI España
- 5) Ayuntamientos: La Laguna, Arona, Adeje, Los Realejos, Candelaria, Puerto de la Cruz
- 6) Centros de Información turística (CIT pertenecientes a la Red FECITEN)
- 7) Red Insular de Museos de Tenerife
- 8) EDEI Consultores
- 9) Charlie Head Group
- 10) Departamento de Geografía (proyectos de investigación)
- 11) Islas Airways
- 12) Binter Canarias
- 13) Loro Parque
- 14) Atlantica Handling servicios aeroportuarios
- 15) Piramides de Guimar
- 16) Fred Olsen

En el siguiente cronograma presentamos el proceso de elaboración del Grado en Turismo de carácter oficial:

FEBRERO-08						
Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	Aprobación, por Parte de la Comisión de Rama, de las materias básicas comunes para su consideración en la Comisión de Estudios de Grado	
MARZO-08						

Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14 Fecha límite presentación solicitudes de Títulos de Grado que no resulten de la conversión de titulaciones ya existentes	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30
31						

ABRIL-08						
Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
	1	2	3	4	5	6
7	8	9 1º Reunión Comisión Técnica de Diseño de Título (CTDT)	10	11	12	13
14	15 2º Reunión Comisión Técnica de Diseño de Título (CTDT)	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28 3º Reunión Comisión Técnica de Diseño de Título (CTDT)	29	30				

MAYO-08						
Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15 1º Reunión Comisión de Elaboración del Plan de Estudios de Grado (CEPEG)	16	17	18
19	20	21	22 2º Reunión Comisiones de Elaboración del Plan de Estudios de Grado (CEPEG)	23	24	25
26	27	28 3º Reunión Comisiones de Elaboración del Plan de	29	30	31	

		Estudios de Grado (CEPEG)			
--	--	---------------------------	--	--	--

JUNIO-08						
Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
						1
2	3	4	5	6	7	8
9 4º Reunión Comisiones de Elaboración del Plan de Estudios de Grado (CEPEG)	10	11 4º Reunión Comisión Técnica de Diseño de Título (CTDT) 5º Reunión Comisiones de Elaboración del Plan de Estudios de Grado (CEPEG)	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30 Presentación de los anteproyectos de los Planes de Estudios						

SEPTIEMBRE-08						
Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22 5º Reunión Comisión Técnica de Diseño de Título (CTDT)	23	24	25	26	27	28
29	30					

MAYO-09						
Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21 6º Reunión Comisión Técnica de Diseño de Título (CTDT)	22 6º Reunión Comisiones de Elaboración del Plan de Estudios de Grado (CEPEG)	23	24
	26	27	28	29	30	31

A esta agenda de reuniones oficiales le ha seguido otra que recoge actividades de tipo informativas:

- Participación en las Jornadas de Puertas Abiertas (3, 4, 5 y 6 de febrero de 2009)
- Información en la web de la EUCE - ¿Qué es Bolonia?
- Entrega de Folletos informativos institucionales en Conserjería
- Confección de un documento con los planes de estudios del Grado en Turismo
- Presentación del Grado en el Instituto César Manrique el 27 de marzo de 2009
- Reunión informativa con los Directores de Departamento el 2 de abril de 2009
- Reunión informativa con la Representación de Alumnos y PAS el 15 de abril de 2009
- Información sobre la Convergencia Europea y los nuevos grados a impartir en la EUCE en la Semana de la Empresa a celebrar del 4 al 8 de mayo de 2009
- Reunión informativa para los alumnos/as que actualmente se encuentran cursando las Diplomaturas, tanto en Turismo como en Empresariales, el 12 de mayo de 2009.

Por lo que respecta al carácter multidisciplinar de los estudios, se pone de manifiesto la relación de las áreas de conocimiento que intervienen en la impartición de la docencia:

- Análisis Económico
- Derecho Financiero, del Trabajo y de la Seguridad Social
- Derecho Internacional, Procesal y Mercantil
- Disciplinas Jurídicas Básicas
- Economía Aplicada
- Economía y Dirección de Empresas
- Economía Financiera y Contabilidad
- Economía de las Instituciones, Estadística Económica y Econometría

- Filología Inglesa y Alemana
- Geografía
- Historia del Arte
- Prehistoria, Antropología e Historia Antigua
- Sociología
- Psicología Cognitiva

#### 2.1.1. Interés académico y científico

El claro retraso que se ha producido en la incorporación de los estudios de turismo a la Universidad, debería ser compensado con un esfuerzo adicional para el mayor y mejor acercamiento posible entre los agentes públicos, privados y el ámbito académico.

En relación a la formación teórico práctica adecuada para la gestión de organizaciones e instituciones relacionadas con el turismo, será necesario analizar qué salidas profesionales tienen los egresados de la Diplomatura de Turismo de la ULL para tener en cuenta posibles adaptaciones a los estudios de Grado que son objeto de diseño actualmente. Será necesario un análisis desde la doble óptica: la percepción por parte del alumno de las salidas profesionales en el sector (público o privado) y la valoración que el sector turístico hace de la titulación de turismo de la ULL.

Conviene aclarar y definir hacia dónde debiera inclinarse más la orientación del nuevo Título de Grado, hacia el sector público o privado, teniendo en cuenta dónde se encuentran las mayores posibilidades de trabajar por cuenta ajena y las salidas profesionales que uno y otro ofrecen. Esto por aclaración de ideas a los alumnos.

La estructura formativa presenta grandes desfases con las demandas actuales del sector. Por lo tanto, estamos ante una oportunidad única de reducir esta situación.

El Turismo es la principal industria de nuestro país y el motor de la economía canaria. Es por ello que cada vez es más importante que existan profesionales

cualificados capaces de dar lo mejor de si mismos y de obtener a su vez lo mejor de esta industria.

Tratándose de una actividad intensiva en recursos humanos, la cualificación y profesionalización del factor trabajo constituye una tarea prioritaria para la configuración de un producto competitivo, adaptado a las necesidades de una demanda cada vez más exigente en parámetros de calidad.

Tal es la importancia actual de este sector que en los últimos años han aumentado de forma considerable el número de estudiantes en esta disciplina, hasta el punto de que las más importantes universidades públicas han incorporado a sus planes de estudio la Diplomatura de Turismo.

Durante muchos años, y sobre todo con la voluntad de incorporar los estudios de turismo a la Universidad Española se han desarrollado diversos estudios sobre las necesidades formativas que precisa este complejo y dinámico sector turístico desarrollado por las Escuelas Oficiales y los centros de formación turística vinculados a ellas para la creación del título de Diplomado en Turismo.

En 1996 aparecieron las directrices que permitían desarrollar los planes de estudio de los actuales Diplomados en Turismo. Es importante señalar que dicho Real Decreto se indica explícitamente que: "...el análisis del actual sistema, abordado en el seno de la Comisión Interministerial de Turismo, ha puesto de manifiesto la necesidad de resolver algunas deficiencias existentes en los niveles de formación y dar respuesta a la demanda de una superior capacitación entre los directivos de nuestras empresas turísticas, que se reclama desde los sectores empresarial, institucional e incluso académico. Todo ello aconseja la incorporación plena de los estudios superiores de turismo al ámbito universitario, en el marco de lo previsto en la Ley Orgánica 11/1983, de 25 de agosto, de Reforma Universitaria, de tal forma que estas enseñanzas puedan ser organizadas y desarrolladas por la Universidad."

Tal y como hemos señalado, en el año 1996 se produce la incorporación de los estudios de turismo a la Universidad, desarrollándose el tercer plan de estudios oficial que ha existido en España e inaugurando una nueva etapa en

la formación de los profesionales del sector que abren nuevas posibilidades de fomento de la investigación en el ámbito turístico.

Las Directrices Generales Propias del Diplomado en Turismo vienen determinadas por el Real Decreto 604/1996 de 15 de abril. El establecimiento del plan de estudios sigue la normativa del Real Decreto 1497/1987, de 27 de noviembre, por el que se establecen las directrices generales comunes de los planes de estudio de los títulos universitarios de carácter oficial y validez en todo el territorio nacional, modificado parcialmente por Reales Decretos posteriores.

Es el primer plan de estudios superior en turismo que se imparte en España plenamente integrado en el marco de las Universidades, regulado por la misma normativa que las restantes Diplomaturas universitarias de forma que, por primera vez, de manera oficial, el estudiante puede escoger asignaturas optativas para personalizar su currículum académico y cada Universidad puede, a través de las asignaturas obligatorias, determinar su especificidad.

De forma similar a los planes anteriores, se define la titulación siguiendo la normativa oficial que señala como objetivo formativo: "Enseñanzas que tendrán que proporcionar la formación teórico-práctica adecuada para la gestión de organizaciones e instituciones relacionadas con el turismo".

La Diplomatura de Turismo proporciona una formación universitaria multidisciplinar capacitando al futuro titulado para afrontar los importantes retos que plantea este sector, pilar básico de la economía canaria y española, cuya expansión precisa de profesionales altamente cualificados que puedan hacer frente a la creciente complejidad y competitividad en que se desenvuelve la actividad turística. El Título se configura sobre una base curricular especializada que proporciona la formación universitaria adecuada a las necesidades de la gestión empresarial. Desde el punto de vista pedagógico, se trata de formar titulados con conocimientos, capacidad y actitud personales y dominio de idiomas, necesarios para ejercer competitivamente la profesión e incorporarse de modo inmediato al mercado de trabajo. Asimismo, dispondría de la formación propia de un profesional versátil, capaz de actualizar sus conocimientos en función de las exigencias de los cambios del mercado.

De manera particular, son enseñanzas con un alto interés para la Universidad de La Laguna por su trascendencia socioeconómica en nuestro entorno. De hecho, la puesta en marcha de los estudios de Turismo en esta Universidad ha contado con un decidido apoyo de instituciones y asociaciones empresariales, como prueba la participación de algunas de las más representativas en la elaboración del actual plan de estudios y su compromiso para la impartición de determinados contenidos. Dicho plan fue aprobado en sesión ordinaria de Junta de Gobierno de la Universidad de La Laguna el día 17 de Marzo de 1998, homologado por el Consejo de Universidades el día 14 de Julio de 1998 y publicado en el B.O.E. n 207 de 29 de Agosto del mismo año.

Nuestra misión consiste ahora en crear una propuesta marco de diseño de Grado en Turismo que se adapte a los parámetros que marca la convergencia hacia este nuevo Espacio Europeo de Enseñanza Superior que definen las declaraciones de la Sorbona (1998) y Bolonia (1999) y el comunicado de Praga (2001).

#### 2.1.2. Interés científico

Las Ciencias Turísticas hasta hace unos pocos años han estado sometidas a una falta de reconocimiento, y lo que es peor, se ha dudado del componente científico de esta importante área. La importancia estratégica del turismo y las necesidades del mercado de trabajo entran en contradicción con este escaso reconocimiento académico de las enseñanzas turísticas. La estructura formativa presenta grandes desfases con las demandas actuales del sector. Concretamente, la no integración de los estudios superiores de turismo en la Universidad de La Laguna hasta 1998 es un síntoma claro de que la formación turística no ha contado con la atención necesaria dada su trascendencia en términos económicos.

Afortunadamente, el turismo ahora está empezando a ser considerado como una ciencia multidisciplinar de cuyo estudio depende uno de los principales factores de riqueza de nuestro país y particularmente de las Islas Canarias.

En el presente epígrafe se pretende establecer desde una perspectiva teórica la trayectoria que ha seguido el hecho turístico en el ámbito científico,

atendiendo la propia evolución del turismo, la demanda de sectores cada vez más expertos y las necesidades de los destinos de acogida. La relativa juventud del turismo como una actividad humana generalizada en las sociedades desarrolladas con implicaciones culturales, sociales y económicas y de reconocido interés científico condiciona que aun esté abierto un amplio debate académico sobre su exacta definición. En efecto, conceptualizar la palabra "turismo" representa adentrarse en una tarea ardua y compleja dado su carácter poliédrico dentro de un universo semántico difuso. Se presenta como un concepto concreto en los diccionarios y en las enciclopedias básicas, que coinciden en identificarlo con los apelativos viaje, estancia y actividad durante el tiempo libre de la civilización del ocio.

Los expertos de las distintas disciplinas que estudian el turismo coinciden unánimemente en aceptar que el hecho turístico admite múltiples objetivos de estudio. Existe un amplio consenso acerca de algunos aspectos específicos y diferenciales del turismo como los que se pueden sintetizar en los siguientes 17 puntos básicos:

1. El turismo implica desplazamiento en el espacio.
2. El viaje forma parte de la propia naturaleza del turismo.
3. El turismo implica una estancia no permanente en destino.
4. El turismo se conforma habitualmente a partir del umbral de la pernoctación.
5. Para satisfacer las necesidades de los turistas se generan unos servicios y unos productos específicos.
6. Existen factores de localización y desarrollo turístico.
7. El turismo ocasiona espacios turísticos que pueden tener diferentes modalidades no excluyentes.
8. El turismo es una actividad no almacenable e intangible.
9. El turismo se basa en una actividad consuntiva.
10. El turismo se consume en el lugar de producción.

11. Los turistas pueden compartir el uso de bienes y servicios con la población residente.
12. La experiencia turística es efímera.
13. Existen destinos turísticos que condicionan la elección de los turistas/consumidores.
14. Son muchos los factores que inciden en la motivación del turista.
15. El turismo es una actividad que conlleva asociados impactos sociales, culturales, económicos y medioambientales.
16. El turismo es un desplazamiento por motivos que no son estrictamente económicos.
17. La pernoctación es uno de los elementos que confiere al desplazamiento turístico el carácter de actividad no ordinaria.

Las amplias posibilidades precisan comprenderlo desde una perspectiva colectiva y global. En este sentido, no debe hablarse tan sólo del carácter multidisciplinar y pluridisciplinar del turismo sino que también debe contemplarse su carácter transdisciplinar, principalmente desde dos aspectos: las interrelaciones entre disciplinas y las diferentes perspectivas de las especialidades de una misma disciplina.

A la complejidad de la actividad, se le añade su manifestación dinámica, el continuo crecimiento cuantitativo y cualitativo que hace que el turismo se redescubra constantemente, de tal forma que la visión que puede tenerse en un momento determinado pueda variar y las definiciones que ahora sirven pueden ser pobres en el futuro para describirlo. Siguiendo esta dialéctica, la formación en turismo debe ir adaptándose continuamente a los nuevos postulados turísticos y debe ir utilizando nuevos paradigmas: "El producto turístico o los productos turísticos, se transforman, se renuevan constantemente, día a día, buscando nuevas y distintas oportunidades de satisfacer al turista tradicional y tratando de ofrecer huecos inexplorados para los más exigentes o los más inquietos. En la innovación de la oferta descansa buena parte de la esperanza de futuro del mercado turístico" (Monfort, Morant y Ivars, 1996).

Enlazando con la apreciación de Vera (1994), que señala la necesidad de adecuar la oferta a las motivaciones cambiantes de la demanda y a una nueva situación de los escenarios internacionales, en condiciones cada vez de mayor competitividad, puede hablarse de nuevos desafíos turísticos. Aparece el turismo como un reto dentro de una estructura productiva que debe contribuir esencialmente en los procesos de desarrollo regional.

### 2.1.3. Interés profesional

La formación generalista que la actual Diplomatura imparte, deja al alumno en idénticas condiciones para todo un abanico de profesiones que se abren ante sí. Se debería apostar por elegir aquellas áreas de especialización que permitan al alumno afrontar con mayores y mejores resultados una carrera profesional, en función del entorno empresarial predominante en Canarias.

Si los estudios universitarios en Turismo están llamados a formar a los cuadros medios de las organizaciones, ¿por qué no están ocupando los egresados esos puestos?

Sin tener que llegar a convertir los estudios de grado en Postgrado, parece lógico que al alumno se le descubran cuáles son las diferentes posibilidades profesionales que puede encontrar en su inmediato futuro profesional. En este sentido, sería deseable contar con materias que puedan ayudar al alumno a identificar salidas profesionales a la vez que le dan cierto bagaje profesional. Hablamos de incluir materias que permitan conocer la estructura y funcionamiento de: empresas de transporte aéreo, agencias de viajes, touroperadores, alojamiento y restauración, entre otras.

Asimismo, los idiomas son una de las asignaturas pendientes de los estudios en turismo. En el desarrollo del Practicum, uno de los principales comentarios de los tutores de empresa ha sido el bajo nivel del alumno en idiomas.

No se trata sólo de conocer los recursos gramaticales que son la base para el dominio de un idioma sino practicar en situaciones reales o simuladas en contextos posibles sectoriales. Esto permitirá al alumno obtener mayor seguridad cuando deba enfrentarse a situaciones reales. Se debería analizar la posibilidad que determinadas asignaturas fueran impartidas en lengua extranjera, pues el dominio de determinados conceptos técnicos será también

un requisito para el futuro profesional. Asimismo, sería deseable que el alumno acabase sus estudios con un nivel asimilable a una titulación oficial en lengua extranjera (FIRST, CAE, TOEFL para el inglés o similar para el alemán).

La diversidad de la actividad turística requiere para su desarrollo de un amplio abanico de profesiones turísticas dentro de las cuales hay perfiles profesionales para los que debe formar un título de Grado en Turismo que abarca.

Las áreas o ámbitos más habituales de trabajo del sector turístico son las siguientes: alojamiento, restauración, intermediación, transporte y logística, planificación y gestión pública de destinos, productos y actividades turísticas y formación, investigación y consultoría.

El ámbito Alojamiento abarca todos los establecimientos hoteleros y extrahoteleros, incluyendo camping, residencias rurales, alquiler de apartamentos, clubes de vacaciones y un largo etcétera. Es un ámbito muy variado donde los perfiles profesionales pueden cambiar, no sólo por el tipo de establecimiento, sino por su categoría y su especialización.

El ámbito Restauración incluye los trabajos relacionados con la gestión tanto de los diversos tipos de restaurantes, como en empresas de hostelería de colectividades o empresas de catering, así como en las unidades de negocio correspondientes al ámbito de alojamiento.

El ámbito Intermediación comprende touroperadores, mayoristas, agencias de viajes (receptoras y emisoras) y otros tipos de intermediarios turísticos como CRS (centrales de reservas), intermediarios independientes, GSA (General Self Agents), etc.

El ámbito Transportes y Logística. El turismo por definición implica un desplazamiento. Así, agrupamos en este ámbito todas aquellas empresas vinculadas al transporte, ya sea aéreo, marítimo, fluvial, por carretera o ferroviario. Además incluimos las de servicios logísticos como las entidades de gestión de puertos, aeropuertos o estaciones que interactúan con ellas. En este mismo ámbito se incluyen las empresas de alquiler de vehículos por su vinculación con el transporte aunque su gestión difiera de las anteriores.

También nos parece interesante destacar, que dentro de los servicios logísticos, la gestión de seguros podría tener otros perfiles diferenciados.

El ámbito Planificación y Gestión Pública de Destinos incluye todas aquellas instituciones, generalmente de naturaleza pública, que, a través de diversos instrumentos, se ocupan de definir un destino turístico a nivel local, regional, autonómico y nacional y de establecer las bases para su gestión, planificación y promoción.

El ámbito de Productos y Actividades Turísticas comprende lo que habitualmente se denomina oferta complementaria. Este ámbito está a menudo enmarcado dentro de todo lo relacionado con la cultura, el ocio y la recreación. Entre las diferentes empresas e instituciones vinculadas a este ámbito hay una larga lista en la que podemos destacar, sin ánimo de ser exhaustivos, las siguientes: museos, parques temáticos, parques naturales, campos de golf, parques acuáticos, clubes náuticos, centros termales, animación turística, estaciones de esquí y de montaña, empresas de organización de congresos y convenciones, complejos recreativos y comerciales, empresas de deportes y aventura, etc.

El ámbito Formación, Investigación y Consultoría incorpora, finalmente, las necesidades de profesores para los diversos niveles, ya sea para los ciclos formativos, Universidad y para la, cada vez más importante, formación continua. En este mismo ámbito se incluyen las necesidades de profesionales tanto para participar en proyectos de apoyo a empresas e instituciones, como para obtener datos reales del turismo y sus perspectivas de futuro.

Todos estos ámbitos precisan, al menos inicialmente, de formación diferenciada. La mayor coincidencia reside en que su trabajo está enfocado, de forma directa o indirecta, a la satisfacción de las necesidades del turista.

Dentro de cada uno de estos ámbitos podemos establecer diferentes tipologías de profesionales: dirección corporativa e institucional, dirección de operaciones, cargos intermedios y personal de base.

Dentro de la dirección corporativa e institucional incluimos los profesionales que se encargan de la alta dirección o que no basan su trabajo en la dirección de operaciones. A modo de ejemplo podemos considerar los siguientes

perfiles: director de cadena hotelera, director-gerente de institución, director de recursos humanos, director de compras, director financiero, director de marketing, responsable de la política turística de un municipio, director de parque temático, gestor de destino turístico, planificador de destino turístico, etc.

Por dirección de operaciones entendemos el conjunto de profesionales que tienen una responsabilidad directa en su organización vinculada a un ámbito concreto de la misma. A diferencia de la anterior, está directamente relacionada con las distintas unidades de explotación y, por tanto, con las operaciones habituales del sector turístico. Podemos considerar como ejemplo los siguientes profesionales: director de hotel, director de camping, director comercial de hotel, director de producto de un touroperador, director comercial de un touroperador, director de agencia de viajes, director de estación de montaña, responsable de entidad de promoción (institución pública), director de parque de ocio, director de centro cultural, etc.

Entre los cargos intermedios podemos encontrar un amplio abanico de profesionales con diferentes niveles de responsabilidad. Su cometido abarca una parcela concreta de competencia a partir de la cual desarrollan su actividad y supervisan, según el caso, al personal de base. En este grupo podemos encontrar la más amplia variedad de profesionales del turismo entre los que cabe destacar: jefe de recepción de hotel, jefe de recepción de camping, gobernanta (encargado general), jefe de animación, responsable de administración, responsable de seguridad, responsable de mantenimiento, jefe de ventas, jefe de reservas, responsable de producto en un touroperador, técnico de control de calidad, jefe de Oficina de Turismo, supervisor de parque de ocio, jefe de equipo de estaciones de montaña, sobrecargo de transporte, supervisor de transporte, guía cultural especializado, creador de paquetes turísticos, gestor de grupos, etc.

Finalmente, el personal de base comprende mayoritariamente a profesionales, normalmente cualificados, que se encargan de la prestación directa de los servicios. En la mayoría de los casos el componente de gestión es bajo, si bien precisan de una determinada especialización. Entre ellos podemos destacar al recepcionista, conserje, animador, camarero, somelier,

cocinero, vendedor, administrativo, empleado de seguridad, azafata, tripulante de cabina, empleado de check-in en el transporte, vendedor de agencia de viajes, transferista, guía de ruta, monitor (para deportes y aventura), informador turístico, etc

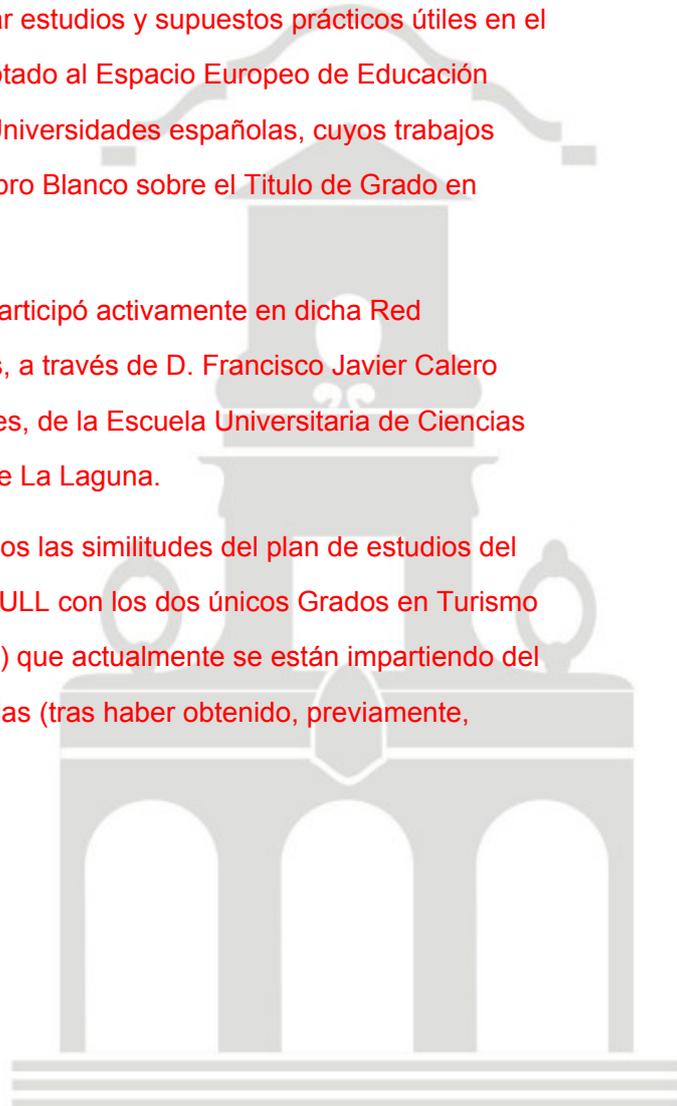
En general, y para este último bloque, se han desarrollado los Ciclos Formativos de Grado Medio y Grado Superior. Para cubrir los cargos intermedios y parte de los cargos de dirección de operaciones se cuenta con el actual Diplomado en Turismo. Para el resto de cargos de dirección de operaciones y de dirección corporativa e institucional se plantean, entre otros, los cursos de postgrado y masters que buscan cubrir estas necesidades.

## 2.2. Referentes externos

Con objetivo explícito de realizar estudios y supuestos prácticos útiles en el diseño de un Título de Grado adaptado al Espacio Europeo de Educación Superior, se creó una Red de 47 Universidades españolas, cuyos trabajos culminaron con la redacción del Libro Blanco sobre el Título de Grado en Turismo.

La Universidad de La Laguna participó activamente en dicha Red Universitaria desde sus comienzos, a través de D. Francisco Javier Calero García, Director, por aquel entonces, de la Escuela Universitaria de Ciencias Empresariales de la Universidad de La Laguna.

En la siguiente tabla presentamos las similitudes del plan de estudios del Título de Grado en Turismo por la ULL con los dos únicos Grados en Turismo (U. Carlos III y U. Rey Juan Carlos) que actualmente se están impartiendo del conjunto de universidades españolas (tras haber obtenido, previamente, informe favorable de la ANECA):



U. DE LA LAGUNA	ECTS	U. CARLOS III	ECTS	U. REY JUAN CARLOS	ECTS
1er curso 1er cuatrimestre					
B Economía	6	B Principios de Economía	6	B Microeconomía Aplicada	6
B Técnicas Estadísticas	6	OB Estadística I y II	6+6	OB Estadística Aplicada al Turismo	6
B Sociología	6	B Introducción a la Sociología	6	B Sociología del Turismo y del Ocio	6
B Administración de Empresas	6	B Fundamentos de la Administración de Empresas	6		
B Derecho Privado	6	B Introducción al Derecho Patrimonial	6	B Derecho y Legislación	6
1er curso 2º cuatrimestre					
B Geografía del mundo actual	6	B Geografía del Mundo Actual	6	OB Recursos Territoriales Turísticos del Mundo	6
				OB Itinerarios Turísticos del Mundo e Información Turística	6
OB Antropología del Turismo	6			OB Psicología Social del Turismo	6
OB Inglés para la Comunicación Turística I	6	OB Inglés	6	OB Inglés I	6
OB Estructura de Mercados	6	OP Mercados y Medio Ambiente	3	OB Análisis del Mercado Turístico	6
OB Derecho Mercantil y Financiero	6	OP Derecho de la Empresa Turística	3	B Principios Jurídicos Básicos de Aplicación Turística	6
2º curso 1er cuatrimestre					
OB Interpretación del Patrimonio Geográfico	6	OB Patrimonio Territorial	6		
OB Alemán para la Comunicación Turística I	6	OP Segundo Idioma	3	OB Segunda Lengua Extranjera I	6
OB Inglés para la Comunicación Turística II	6	OB Inglés	6	OB Inglés II	6
OB Patrimonio Cultural	6	OB Patrimonio Cultural	6	B Patrimonio Cultural	6

OB Marketing Turístico	6	OB Marketing	6	OB Marketing Turístico6 OP Marketing de Productos Turísticos	6
2º curso 2º cuatrimestre					
OB Contabilidad Financiera	6	OB Contabilidad	6	OB Contabilidad Financiera para Empresas Turísticas	6
OB Alemán para la Comunicación Turística II	6	OP Segundo Idioma	3	OB Segunda Lengua Extranjera II	6
OB Inglés para la Comunicación Turística III	6				
OB Dirección de Empresas Turísticas	6	OB Organización y Dirección	6	B Organización de Empresas Turísticas	6
OB Derecho Administrativo del Turismo 6		OB Regulación Administrativa del Turismo	6	OB Derecho Administrativo del Turismo	6
3er curso 1er cuatrimestre					
OB Contabilidad para el cálculo y el Control de Costes	6	OP Contabilidad de Gestión	3	OB Contabilidad de Costes para Empresas Turísticas	6
OB Alemán para la Comunicación Turística III	6	OP Segundo Idioma	3	OB Segunda Lengua Extranjera III	6
OB Inglés para la Comunicación Turística IV	6				
OB Operaciones y Procesos de Producción	6	OB Operaciones y Procesos	6		
		OB Contratación en el Sector Turístico	6		
OB Investigación Comercial	6	OB Investigación de Mercados	6		
3er curso 2º cuatrimestre					
OB TIG Orientada al Análisis y Diagnóstico de los RRTT	6	OB Técnicas de Búsqueda y Uso de la Información	6		
OB Gestión de RRHH en la Empresa Turística	6	OB Recursos Humanos OP Relaciones Laborales en el Sector Turístico	6 6	OB Organización y Gestión de Recursos Humanos OP Derecho del Trabajo y de la	6

		Seguridad Social en el Turismo	6
OB Gestión Pública de los RRTT	6	OB Planificación Territorial y Turística I y II	6+6
		OP Gestión Pública del Turismo	6
OB Sistemas de Información para la Gestión de la Empresa Turística	6	OP Informática Aplicada al Turismo I y II	3+3
		B Informática Aplicada a la Gestión Turística	6
OB Promoción de Destinos y Productos Turísticos	6	OB Espacios y Recursos Turísticos	6
		OP Comercialización de Empresas Turísticas	6
<b>4º curso 1er cuatrimestre</b>			
OB Planificación y Gestión Territorial de Destinos Turísticos	6	OB Programación y Guía de Itinerarios Turísticos6	
		OP Gestión de Itinerarios y Rutas Turísticas3	
		OB Dirección Financiera6	
OB Gestión Financiera de Actividades Turísticas	6		
OB Patrimonio Arqueológico e Histórico	6	OP Turismo Cultural y Museos	6
		OP Turismo y Civilizaciones de la Antigüedad	6
OB Dirección Estratégica de la Actividad Turística	6	OP Dirección Estratégica de Empresas Turísticas	3
OB Política Turística	6	OP Políticas y Programas Públicos para el Turismo	3
<b>4º curso 2º cuatrimestre</b>			
OB Prácticas de Empresa	20	OB Prácticum	12
OB Trabajo Fin de Grado	10	OB Trabajo Fin de Grado	6
		OB Prácticas Externas	24
		OB Trabajo Fin de Grado	6
		OB Decisión y Competencia	6
		OB Historia Económica	6
		OB Historia del Arte	6
		OB Historia Contemporánea	6
		OP Gestión de Empresas de	
		OB Turoperadores y Agencias de Viajes	6

	Intermediación	6	
	OP Técnicas de Comunicación y Relaciones Públicas	6	B Comunicación Comercial Turística 6
	OP Gestión de Alojamientos	6	OB Empresas de Alojamiento y Restauración 6
	OP Turismo Rural, Urbano y Litoral	3	OP Turismo y Entorno Rural 6
	OP Turismo, Sostenibilidad y Medio Ambiente	3	
	OP Gestión de Empresas de Restauración	3	
	OP Gestión de Eventos Turísticos	3	
			OB Macroeconomía Aplicada 6
			OB Transportes Turísticos 6

B = Formación Básica      OB = Obligatoria      OP = Optativa

Para demostrar que el Grado de Turismo responde a un carácter multidisciplinar hay que relacionar las Areas de Conocimiento, los Departamentos y los Centros que imparten docencia

Teniendo en cuenta los resultados recogidos en el Libro Blanco del Título de Grado en Turismo, podemos comprobar en las tablas 1 y 2, la importancia que en el territorio nacional e internacional tienen los estudios superiores en turismo.

En el plano internacional, uno de los aspectos clave en el proceso de implantación de los Títulos de Grado es la existencia de estudios superiores asimilables en los países que participan en la articulación de Espacio Europeo de Educación Superior. A este respecto, el análisis de la situación de los estudios superiores de Turismo en los países que conformarán dicho Espacio, permite afirmar no sólo que existen titulaciones afines a la que aquí se propone, sino, además, que los títulos de Turismo están muy bien valorados en dichos países, en los que gozan de notable aceptación en términos tanto de demanda por parte del alumnado como por parte del mercado laboral. En las siguientes tablas podemos comprobar la situación de los estudios de turismo en Europa:



Tabla 1. Referentes nacionales

S.E.K.	Facultad de Estudios del Patrimonio Cultural
ALICANTE	Facultad de Filosofía y Letras
AUTÓNOMA DE BARCELONA	Escuela Universitaria de Turismo y Dirección Hotelera
ALCALÁ	Centro de Enseñanza Superior Luis Vives
ALCALÁ	Escuela Universitaria de Turismo
ALMERÍA	Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales
AUTÓNOMA DE MADRID	Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales
ANTONIO DE NEBRIJA	Facultad de Lenguas Aplicadas y Humanidades
ALFONSO X EL SABIO	Facultad de Estudios Sociales
BARCELONA	Escuela de Hostelería y Turismo-CETT
CANTABRIA	Escuela Universitaria de Turismo Altamira
CARLOS III DE MADRID	Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas. Sección Colmenarejo
CÁDIZ	Escuela Universitaria de Relaciones Laborales
CÁDIZ	Escuela Universitaria de Relaciones Laborales. Delegación de Algeciras
CATÓLICA SAN ANTONIO	Facultad de Ciencias Jurídicas y de la Empresa
COMPLUTENSE DE MADRID	Centro de Estudios Superiores Felipe II
DEUSTO	Escuela Universitaria de Turismo
DEUSTO	Escuela Universitaria de Turismo
A CORUÑA	Escuela Universitaria de Turismo
GIRONA	Escuela Universitaria de Turismo
GIRONA	Escuela Universitaria de Turismo Mediterrani
GIRONA	Escuela Universitaria de Turismo EUROAULA
GIRONA	Escuela Universitaria de Turismo CETA
GIRONA	Escuela Universitaria de Turismo Sant Pol de Mar
GIRONA	Escuela Universitaria de Turismo ESMA
GIRONA	Escuela Universitaria de Turismo de Terrassa - FIAC
LLEIDA	Escuela Universitaria de Turismo Terres de Lleida
LLEIDA	Escuela Universitaria de Turismo de Manresa
LLEIDA	Escuela Universitaria de Turismo de los Pirineos
EXTREMADURA	Facultad de Estudios Empresariales y Turismo
EUROPEA DE MADRID	Facultad de Economía, Derecho y Empresariales
GRANADA	Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

HUELVA	Facultad de Ciencias Empresariales
ILLES BALEARS	Escuela Universitaria de Turismo
ILLES BALEARS	Escuela Universitaria de Turismo del Consell Insular de Ibiza y Formentera
ILLES BALEARS	Escuela Universitaria de Turismo Felipe Moreno
ILLES BALEARS	Escuela Universitaria de Turismo Felipe Moreno. Extensión Menorca
JAÉN	Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas
JAUME I DE CASTELLÓN	Facultad de Ciencias Jurídicas y Económicas
LA LAGUNA	Escuela Universitaria de Estudios Empresariales
LAS PALMAS DE GRAN CANARIA	Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales
LAS PALMAS DE GRAN CANARIA	Escuela Universitaria de Turismo de Lanzarote
MURCIA	Escuela Universitaria de Turismo
MÁLAGA	Escuela Universitaria de Turismo
MIGUEL HERNÁNDEZ	Escuela Superior de Técnicas Empresariales Aplicadas (ESTEMA)
NACIONAL DE EDUCACIÓN A DISTANCIA	Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales
OVIEDO	Escuela Universitaria Jovellanos
OVIEDO	Escuela Universitaria de Turismo de Asturias
ZARAGOZA	Escuela Universitaria de Turismo
OBERTA DE CATALUNYA	Estudios de turismo
POLITÉCNICA DE CARTAGENA	Escuela Universitaria de Turismo
POMPEU FABRA	Escuela Universitaria de Estudios Empresariales del Maresme
POLITÉCNICA DE VALENCIA	Escuela Politécnica Superior de Gandía
POLITÉCNICA DE VALENCIA	Escuela Universitaria de Turismo Pax
LA RIOJA	Escuela Universitaria de Turismo
REY JUAN CARLOS	Facultad de Ciencias de la Comunicación y del Turismo
REY JUAN CARLOS	Escuela Universitaria de Turismo ESERP
RAMÓN LLULL	Escuela Universitaria de Turismo Sant Ignasi
ROVIRA I VIRGILI	Escuela Universitaria de Ciencias Empresariales Dr. Manyà
ROVIRA I VIRGILI	Escuela Universitaria de Turismo Bettatur
ROVIRA I VIRGILI	Escuela Universitaria de Turismo y Ocio

SEVILLA	Escuela Universitaria de Estudios Empresariales
SEVILLA	Escuela Universitaria de Turismo EUSA
SALAMANCA	Escuela Universitaria de Educación de Ávila
VALENCIA E. G.	Facultad de Economía
VALENCIA E. G.	Centro Florida Universitaria
VALLADOLID	Facultad de Ciencias Sociales, Jurídicas y de la Comunicación
VIGO	Facultad de Ciencias Empresariales
VIC	Facultad de Empresa y Comunicación
VIC	Escuela Universitaria de Turismo ESERP

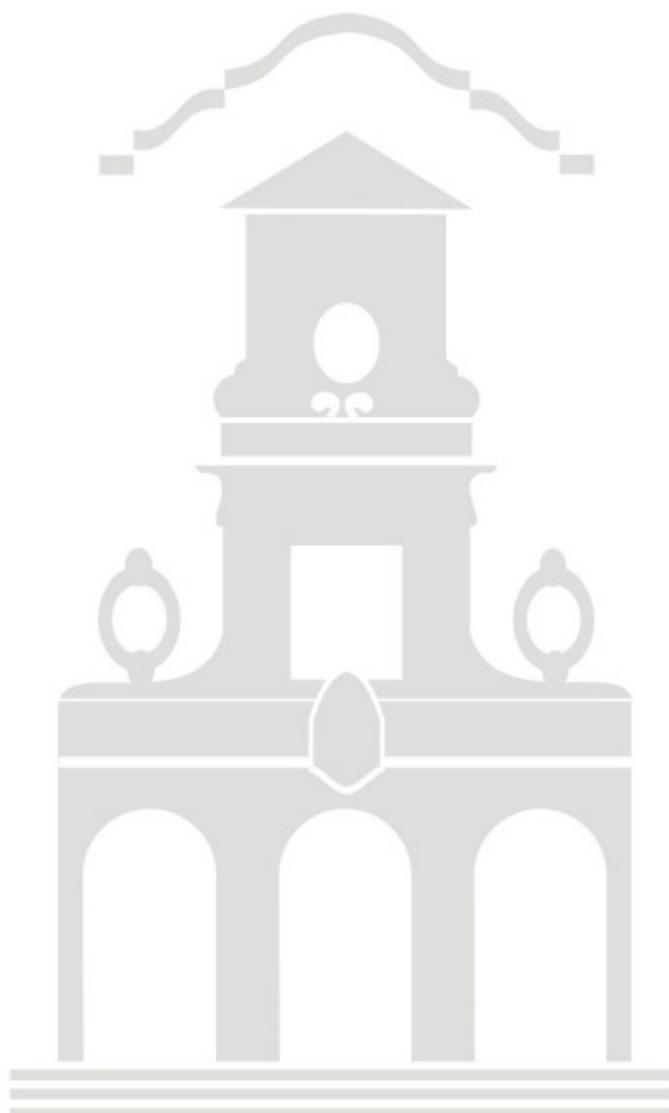


Tabla 2. Referentes internacionales

ALEMANIA									
UNIVERSIDADES	TITULACIÓN	ESPECIALIZACIÓN	HORAS / AÑOS	FORMATO (MÓDULOS/ SEMESTRES)	OBJETIVOS DE LA FORMACIÓN	COMPONENTE PRÁCTICO	STAGE PRÁCTICO	STAGE ERASMUS	
Fachhochschule Kempten <a href="http://fh-kempten.de">http://fh-kempten.de</a>	Tourism and Hospitality management		4 años	21 módulos	Gestión empresarial y Hoteles				
Technische Universität Dresden <a href="http://www.tu-dresden.de/vkiww/wi-tou/tou_hp.htm">www.tu-dresden.de/vkiww/wi-tou/tou_hp.htm</a>	Tourism Economics and Management (parte de Transportation Sciences or Business Studies & Management)		4 años	9 semestres.	general tourism studies		3 meses		
Fachhochschule Gelsenkirchen	Diplombetriebswirt	Travel and Tourism Management	4 años	8 semestres	Management of Touristic companies		Stage: 20 weeks in 5 th semester		
	Tourism Management (Bachelor)		3 años	6 semesters.			12 semanas		
Hochschule Harz <a href="http://www.hs-harz.de/">http://www.hs-harz.de/</a> <a href="http://www.fhh-harz.de/">www.fhh-harz.de/</a>	Tourism Management (Bachelor/ Masterdegree)			en preparación					
	Tourism Economics		3 años	6 semestres.			12 semanas		
	International Tourismus Studies		4 años	8 semestres			1 semestre - 2 semestres en otro país		
	Etudes Internationales de Tourisme		4 años	8 semestres			1 semestre - 2 semestres en otro país		
Hogeschool Drenthe <a href="http://www.hs.drenthe.nl">http://www.hs.drenthe.nl</a>	Economía Comercial	Marketing y Turismo	4 años		Cargos directivos en el mundo turístico			9 meses	
Berufsakademie Ravensburg <a href="http://www2.ba-ravensburg.de">http://www2.ba-ravensburg.de</a>	Hotel Management and Tourism Management		3 años	8 semestres	Gestión de empresas turísticas		12 meses Los semestres 3º y 6º		
Fachhochschule Braunschweig/Wolfenbüttel <a href="http://cms.fh-wolfenbuettel.de">http://cms.fh-wolfenbuettel.de</a>	Tourism Management	Cursos opcionales	4 años	8 semestres.	Administración y economía de negocios en el contexto de la dirección turística	Programa básico - Dirección turística			
Fachhochschule Munich	Diplomado en Turismo	Travel and Tourism management/ Hospitality management	4 años	8 semestres	Gestión de empresas turísticas		2 semestres 7 y 8		

AUSTRIA									
UNIVERSIDADES	TITULACIÓN	ESPECIALIZACIÓN	HORAS / AÑOS	FORMATO (MÓDULOS/ SEMESTRES)	OBJETIVOS DE LA FORMACIÓN	COMPONENTE PRÁCTICO	STAGE PRÁCTICO	STAGE ERASMUS	
Innsbruck Management Center <a href="http://www.mci.at">http://www.mci.at</a>	Tourism Management & Leisure Industry		4 años repartidos en semestres		Gestión de empresas especialidad en turismo	No tienen componente práctico	18 semanas en el semestre	Se puede hacer en el 7º sem.	
Management Center Krems <a href="http://www.inckrems.ac.at">http://www.inckrems.ac.at</a>	Tourism & Leisure Management		4 años repartidos en semestres		Gestión de empresas especialidad en turismo	No tienen componente práctico	4º año y 7 semestre	4º año puede ser fuera en un stage	
Fachhochschul-Studiengang für Tourismus-Management Wien <a href="http://www.modul.at/">http://www.modul.at/</a>	Degree course in Hospitality and Tourism Management		4 años / repartidos en 8 semestres		Alojamientos y restauración. Planificación y gestión pública de destinos.		6 meses durante el 7 semestre.	5 semestre	

BÉLGICA									
UNIVERSIDADES	TITULACIÓN	ESPECIALIZACIÓN	HORAS / AÑOS	FORMATO (MÓDULOS/ SEMESTRES)	OBJETIVOS DE LA FORMACIÓN	COMPONENTE PRÁCTICO	STAGE PRÁCTICO	STAGE ERASMUS	
Hauté Ecole Charlemagne (Liège) <a href="http://www.hecharlemagne.be">http://www.hecharlemagne.be</a>	Graduat en Tourisme	Gestión y Animación	3 años	Módulos anuales, en bloque de asignaturas (2115 horas)	Gestión en alojamiento, restauración. Gestión en productos y actividades.	15h 1er año 90h 2º año	345h 3er año		
	Graduat en Gestion Hôtelière		3 años	Módulos anuales, en bloque de asignaturas (2115 horas)	Gestión alojamiento hotelero	30 horas al segundo año	345 horas al tercer año		
	Graduat en gestion des transports et logistique d'entreprise		3 años	Módulos anuales	Gestión en transportes y logística	30h 1er año 90h 2º año	225h 3er año		
	año preparatorio al segundo ciclo		1 años		Formación Económica				
Université Libre de Bruxelles <a href="http://www.ulb.ac.be">http://www.ulb.ac.be</a>	segundo ciclo de turismo		2 años	Mínimo 500 horas y máximo 60 créditos	Actividades profesionales orientadas al turismo.		6 meses		

ESCOCIA									
UNIVERSIDADES	TITULACIÓN	ESPECIALIZACIÓN	HORAS / AÑOS	FORMATO (MÓDULOS/ SEMESTRES)	OBJETIVOS DE LA FORMACIÓN	COMPONENTE PRÁCTICO	STAGE PRÁCTICO	STAGE EBASMIUS	
Queen Margaret University College <a href="http://www.qmu.ac.uk">http://www.qmu.ac.uk</a>	International Hospitality Management		3 ó 4 años	28 módulos (7 módulos al año)	Gestión comercial Internacional del Hotel				
	Hospitality and Tourism Management		3 ó 4 años	25 módulos	Sectores de hostelería y catering internacional. Investigaciones en hostelería y turismo.				
	(Tourism Management)		3 ó 4 años	27 módulos	Gestión de ventas, agencias de viajes y operadores de viaje				
	Tourism and Hospitality	Hospitality with Human Resource Management	3 años GRADO 4 años (BA Hons)		Gestión y operaciones en la industria hostelería internacional				
Napier University <a href="http://www.napier.ac.uk">http://www.napier.ac.uk</a>		(Tourism with Human Resource Management)	3 años GRADO 4 años (BA Hons)		Relaciones y desarrollo de los empleados, selección y marco legislativo laboral.				
		(Tourism Management with Language)	1 ó 2 años		Gestión de operaciones, ventas y comercialización. Desarrollo del turismo a nivel internacional				
		(Hospitality Management)	3 años GRADO 4 años (BA Hons)		Gestión hotelera y habilidades para gestionar recursos humanos				
		Hospitality Management with interprise)	3 años GRADO 4 años (BA Hons)		Hotels, restaurantes, servicios de catering, gestión de comidas y bebidas, gestión de recursos humanos, gestión financiera, ventas y comercialización.				
Glasgow Caledonian University <a href="http://hpa.gcal.ac.uk">http://hpa.gcal.ac.uk</a>		(Tourism Management)	3 años GRADO 4 años (BA Hons)		Gestión y dirección de empresas turísticas.				
	(Languages and Tourism Management)		3 años GRADO 4 años HONOROUS DEGREE		Gestión de operaciones e instalaciones turísticas e idiomas				
	Hospitality and intermediate management		3 años GRADO 4 años HONOROUS DEGREE		Gestión de hoteles, restaurantes, ventas y comercialización				
	Tourism Management with Entrepreneurship		3 años GRADO 4 años HONOROUS DEGREE		Gestión y dirección de empresas turísticas.				
Glasgow Caledonian University <a href="http://hpa.gcal.ac.uk">http://hpa.gcal.ac.uk</a>	Hospitality Management		4 años		Hotel y restaurants				
	Tourism Management		4 años	25 módulos obligatorios y 27 módulos optativos	Niveles corporativos, directivos y de supervisión en sectores públicos y privados				

FINLANDIA									
UNIVERSIDADES	TITULACIÓN	ESPECIALIZACIÓN	HORAS / AÑOS	FORMATO (MÓDULOS/ SEMESTRES)	OBJETIVOS DE LA FORMACIÓN	COMPONENTE PRÁCTICO	STAGE PRÁCTICO	STAGE ERASMUS	
Lahti Polytechnic <a href="http://www.lamk.fi">http://www.lamk.fi</a>	Degree programme in hospitality management		3, 5-4, 5 años 210 ECTS		Dirección Hotelera Dirección de restauración				
	Degree programme in tourism management		3, 5-4, 5 años 210 ECTS		Dirección y gestión de empresas turísticas. Especial énfasis en turismo de aventuras				
	Degree programme in production and Management of service		3, 5 -4, 5 años 210 ECTS		Dirección Hotelera				
Jyväskylä Polytechnic <a href="http://www.jyu.fi">http://www.jyu.fi</a>	1-International Programme 2-Tourism (Finnish) 3-Service Management. (Finnish)		4 años 3 ½ años 3 ½ años	Módulos de 6 semanas	Gestión y dirección de empresas turísticas	800 horas		El segundo año han de hacerlo fuera	

FRANCIA									
UNIVERSIDADES	TITULACIÓN	ESPECIALIZACIÓN	HORAS / AÑOS	FORMATO (MÓDULOS/ SEMESTRES)	OBJETIVOS DE LA FORMACIÓN	COMPONENTE PRÁCTICO	STAGE PRÁCTICO	STAGE ERASMUS	
Toulouse Le Mirail (Toulouse y Foix) <a href="http://www.univ-tlse2.fr">http://www.univ-tlse2.fr</a>	DEUG I.U.P. Métiers du Transport, de l'Hôtellerie, du Tourisme et des Loisirs		482h		Enseñanza de ciencias y técnicas cuantitativas encarradas al futuro profesional del turismo y aproximación a los mercados y sistemas de producción		8 semanas		
	Licence I.U.P. Métiers du Transport, de l'Hôtellerie, du Tourisme et des Loisirs	Ingeniería et commercialisation des produits hôteliers et touristiques (espécimes : Tourisme o Hôtellerie-Restaurant) a FOIX : Gestion et aménagement des structures touristiques en milieu montagnard et rural (épécion : Tourisme)	600h  650h		Gestión de empresas de alojamiento y restauración  Gestión de empresas de alojamiento en el medio rural.		8 semanas  8 semanas		

FRANCIA							
UNIVERSIDADES	TITULACIÓN	ESPECIALIZACIÓN	HORAS / AÑOS	FORMATO (MÓDULOS/ SEMESTRES)	OBJETIVOS DE LA FORMACIÓN	COMPONENTE PRÁCTICO	STAGE PRÁCTICO
Toulouse Le Mirail (Toulouse y Foix) <a href="http://www.univ-tlse2.fr">http://www.univ-tlse2.fr</a>	Maîtrise I.U.P. Métiers du Transport, de l'Hôtellerie, du Tourisme et des Loisirs (+ Diplôme d'Ingénieur-Maître)	Ingénierie et commercialisation des produits hôteliers et touristiques (opciones : Tourisme o Hôtellerie- Restauration) A. FOIX : Gestion et aménagement des structures touristiques en milieu montagnard et rural (opción : Tourisme)	609h  558h			Presentación de una Memoria  Presentación de una Memoria	12 semanas  12 semanas
	DESS Industrie du tourisme	Bureau d'Études	350h		Formación de altos cargos en la industria turística (alojamientos, restauración, intermediación, transporte y logística, planificación y gestión pública de destinos, productos y actividades, formación, investigación y consultoría.		5 o 6 meses
IUP de Perpignan <a href="http://www.univ-perp.fr/standby/ijupmth/ww/">http://www.univ-perp.fr/standby/ijupmth/ww/</a>	Licence Ingénierie de l'Industrie Touristique  Maîtrise	Hôtellerie Internationale Industrie Touristique Voyages et Loisirs	1 año 60 ECTS 1 año 60 ECTS	2 semestres 2 semestres	Alojamientos Intermediación		4 meses 4 meses
Université de Pau et du Var <a href="http://www.univ-tin.fr">http://www.univ-tin.fr</a>	Licence Sports Loisir Tourisme		1 año 60 ECTS  2 (1 año anterior)	2 semestres Módulos semestrales	Alojamientos y Restauración  Multidisciplinar (gestión del ocio, basado en los deportes)	1 semana de taller	4 meses  2 meses en una empresa
Université de Toulon <a href="http://www.chave.univ-tin.fr">http://www.chave.univ-tin.fr</a>	DESS LEA Tourisme Réceptif		1 (2 o 3 anteriores)	Módulos (bloques de asignaturas semestrales)	Turismo Receptivo a todos los niveles (Privado y Público)	No tienen componente práctico	4 semanas en caso de stage en prácticas en Francia 1-2-4 semanas
Université Cergy-Pontoise <a href="http://www.u-cergy.fr">http://www.u-cergy.fr</a>	Licence Professionnelle Tourisme		1 (2 años anteriores)	Módulos (Variables)	Recepción de turistas (anglès)	No tienen componente práctico	16 semanas empresa nacional y 12 semanas internacional

HOLANDA									
UNIVERSIDADES	TITULACIÓN	ESPECIALIZACIÓN	HORAS / AÑOS	FORMATO (MÓDULOS/ SEMESTRES)	OBJETIVOS DE LA FORMACIÓN	COMPONENTE PRÁCTICO	STAGE PRÁCTICO	STAGE ERASMUS	
Christelijke Hogeschool Nederland (Leeuwarden) <a href="http://www.chn.nl">http://www.chn.nl</a>	BBA Tourism Management		4 años	Módulos (6 semanas)	Dirección, política y consultar en Turismo	No tienen componente práctico	7-10 meses en el 4º año.	Optativo de tres módulos (1 semestre) en el tercer año.	
	BBA Hospitality Management		4 años	Módulos (6 semanas)	Gestión de empresas del sector hotelero	4 de los 18 módulos son prácticos, además del stage	10-12 meses en el cuarto año.	Optativo de tres módulos (1 semestre) en el tercer año	
Hogeschool Drenthe <a href="http://www.hsdrenthe.nl">http://www.hsdrenthe.nl</a>	Economía Comercial	Marketing y turismo	4 años		Cargos directivos en el mundo turístico			9 meses	
Hogeschool Zuyd (Maastricht) <a href="http://www.hszuyd.nl">http://www.hszuyd.nl</a>	BBA Hospitality Management		4 años	Módulos (10 semanas)	Gestión de actividades turísticas (Hotels y empresas)				



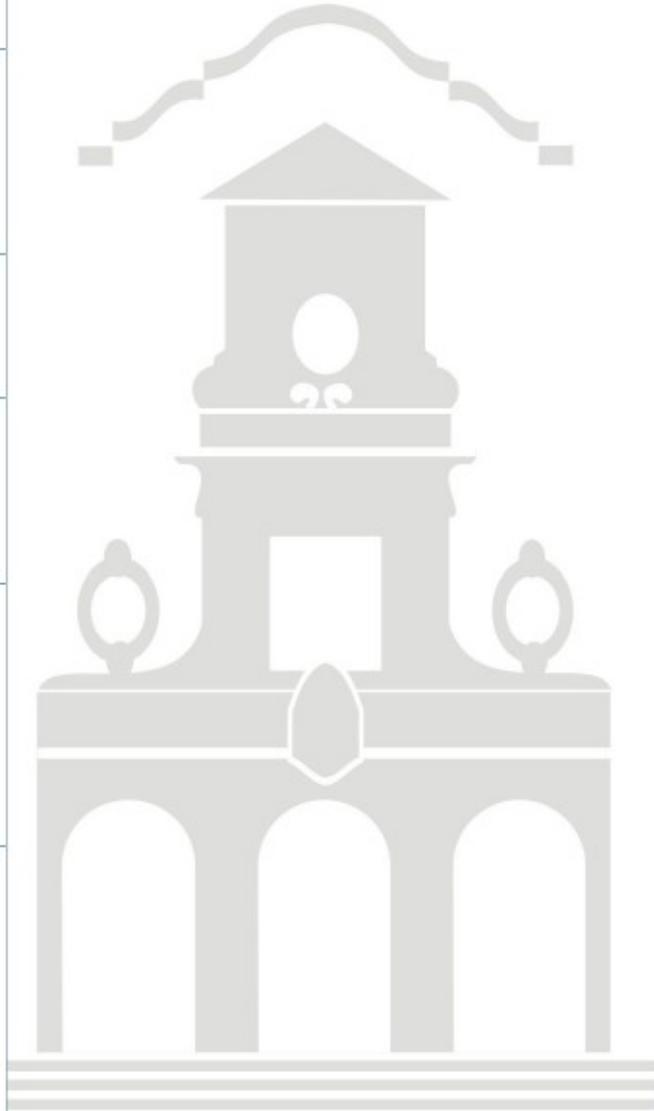
INGLATERRA									
UNIVERSIDADES	TITULACIÓN	ESPECIALIZACIÓN	HORAS / AÑOS	FORMATO (MÓDULOS/ SEMESTRES)	OBJETIVOS DE LA FORMACIÓN	COMPONENTE PRÁCTICO	STAGE PRÁCTICO	STAGE ERASMUS	
	Hospitality Management and Tourism		2 ó 3 años		Gestión y dirección de empresas hoteleras				
Sheffield Hallam University <a href="http://www2.shu.ac.uk">http://www2.shu.ac.uk</a>	Leisure Events Management with Tourism		4 años		Gestión de la práctica del ocio integrada con el estudio del negocio y su gestión.				
	Management International Tourism		3 años		Gestión y marketing del turismo a nivel internacional				
University of Westminster <a href="http://www.wmin.ac.uk">http://www.wmin.ac.uk</a>	Tourism and planning		3 años		Gestión de empresas turísticas.				
Bournemouth <a href="http://www.bournemouth.ac.uk">http://www.bournemouth.ac.uk</a>	BA (Hons) Tourism Studies		4 años	Asignaturas anuales	Gestión de empresas turísticas.	No tienen componente práctico	40 semanas tercer año		
Buckinghamshire Chilterns <a href="http://www.bcuc.ac.uk">http://www.bcuc.ac.uk</a>	International Tourism Programme		3 años	Semestrales	Gestión Empresas Turísticas	No tienen componente práctico			
Bolton Institute <a href="http://www.bolton.ac.uk">http://www.bolton.ac.uk</a>	Tourism Management		3 años	18 módulos (3 por semestre)	Gestión de empresas turísticas.				

IRLANDA									
UNIVERSIDADES	TITULACIÓN	ESPECIALIZACIÓN	HORAS / AÑOS	FORMATO (MÓDULOS/ SEMESTRES)	OBJETIVOS DE LA FORMACIÓN	COMPONENTE PRÁCTICO	STAGE PRÁCTICO	STAGE ERASMUS	
Limerick Institute of Technology <a href="http://www.lit.ie">http://www.lit.ie</a>	Bachelor of Arts in Business Studies with Tourism		3 años	18 módulos (6 módulos anuales)	Desarrollo de empresas de turismo				
	(Hospitality Management) (BA Hons)		4 años	28 módulos	Gestión alojamientos hoteleros; incluyendo relaciones con agencias de transporte y viajes; proveedores, proyectos, tecnologías y ayudas del sector público o instituciones financieras. Consultoría, investigación, y educación.				
	(Tourism Marketing) (BA Hons)		4 años	29 módulos	Ventas y comercialización turística				
Dublin Institute of Technology <a href="http://www.dit.ie">http://www.dit.ie</a>	(Hotel and Restaurant Management) (ORDINARY DEGREE)		3 años	21 módulos	Comercialización y gestión de ventas, del personal, del comida y bebidas, gerencia de pisos y gestión de la comunicación en Irlanda y en el exterior.				
	(Tourism) (ORDINARY DEGREE)		3 años	26 módulos	Formación de profesionales para compañías del transporte, agencias de viajes, agencias públicas y semipúblicas, empresas consultoras y departamentos gubernamentales				
	National Diploma in Business Studies in Tourism		3 años		Gestión de empresas Turísticas	No tienen componente práctico			
Galway Mayo Institute of Technology <a href="http://www.gmit.ie">http://www.gmit.ie</a>	Bachelor of Arts Hotel & Catering Management		4 años		Gestión de Hoteles	Primer y Segundo año una asignatura	5 meses al primer año. 8 en el tercer (puede ser internacional)		

ITALIA								STAGE ERASMUS
UNIVERSIDADES	TITULACIÓN	ESPECIALIZACIÓN	HORAS / AÑOS	FORMATO (MÓDULOS/ SEMESTRES)	OBJETIVOS DE LA FORMACIÓN	COMPONENTE PRÁCTICO	STAGE PRÁCTICO	
Università degli Studi di Cagliari <a href="http://www.unica.it/">http://www.unica.it/</a>	Diploma Universitario in Economia e Gestione dei Servizi Turistici		3 años		Planificación y gestión pública de destinos. Productos y Actividades			
Università degli Studi di Sannio <a href="http://www.unisanno.it/">http://www.unisanno.it/</a>	Corso di Laurea in Economia e Gestione dei Servizi Turistici.		3 años		Planificación y gestión pública de destinos. Productos y Actividades			
Università degli Studi di Perugia <a href="http://www.unipg.it/">http://www.unipg.it/</a>	Corso di Laurea in Economia e Gestione dei Servizi Turistici.	Ricettivo/ristorativo Agenziale/trasporti	3 años: 1er año común 2º y 3er año especialización		Alojamiento y Restauración, Intermediación, Transporte y Logística.			
Università degli Studi di Siena <a href="http://www.unisi.it/">http://www.unisi.it/</a>	Corso di Laurea Specialistica in Economia del Turismo	Ricettivo/ristorativo, Agenziale/trasporti e Gestionale/formazione	2 años: 1er año común y 2 años especialización		Alojamiento, restauración, Intermediación, Transporte y Logística. Planificación y gestión pública de destinos.			
Università degli Studi di Torino <a href="http://www.unito.it/">http://www.unito.it/</a>	Corso di Studio in Economia dell'Ambiente e del Turismo Sostenibile		3 años Módulos por semestres		Planificación y gestión pública de destinos.			
Università Ca' Foscari Venezia <a href="http://www.unive.it">http://www.unive.it</a>	Economia e Gestione dei Servizi Turistici		4 años	Asignaturas de 7 semanas, distribución semestral	Gestión de empresas Turísticas	No tienen componente práctico		
Università degli Studi di Torino <a href="http://www.unito.it/">http://www.unito.it/</a>	Economia e Gestione dei Servizi Turistici		3 años		Alojamiento y Restauración, Intermediación, Planificación y gestión pública de destinos.			
Università degli Studi di Firenze <a href="http://www.economiaunifi.it/">http://www.economiaunifi.it/</a>	Corso di Studi di II livello in Economia e Gestione dei Servizi Turistici		3 años				12 Créditos	
Università degli Studi di Firenze <a href="http://www.economiaunifi.it/">http://www.economiaunifi.it/</a>	Corso di Studi di II livello in Gestione e progettazione economica dei sistemi turistici		2 años /300h		Alto cargo en Alojamiento y Restauración, Planificación y gestión pública de destinos.		12 Créditos	

PORTUGAL									
UNIVERSIDADES	TITULACIÓN	ESPECIALIZACIÓN	HORAS / AÑOS	FORMATO (MODULOS/ SEMESTRES)	OBJETIVOS DE LA FORMACIÓN	COMPONENTE PRÁCTICO	STAGE PRÁCTICO	STAGE ERASMUS	
Universidade do Aveiro <a href="http://acesso.ua.pt">http://acesso.ua.pt</a>	Gestao e Planeamento em Turismo		4 años	Semestres	Actividades profesionales económicas y sociales en turismo. Gestión empresarial	No tienen componente práctico			
Universidade do Algarve <a href="http://www.uaig.pt">http://www.uaig.pt</a>	Curso Superior de Turismo		4 años	Asignaturas anuales	Gestión de Empresas Turísticas	No tienen componente práctico	10 semanas al tercer año y 2 al cuarto año.		
	Curso Superior de Gestao Hotelera		4 años	Anuales	Gestión de hoteles		3r curso 10 semanas 4t curso 22 semanas		
Universidade do Coimbra <a href="http://www.uc.pt">http://www.uc.pt</a>	Turismo		4 años	Semestres	Gestión Empresas Turísticas	No tienen componente práctico	360 horas al 4º año		
Instituto Superior de Novas Profissões. Lisboa <a href="http://www.inp.pt">http://www.inp.pt</a>	Licenciatura en Turismo		4 años		Gestión de empresas turísticas, patrimonio e información turística				
Universidade do Madeira <a href="http://www.uma.pt/index.php">http://www.uma.pt/index.php</a>	Mestrado em Gestao estratégica e desenvolvimento do Turismo		2 años / semestres		Productos y actividades. Planificación y gestión pública de destinos.				

TITULACIONES CONJUNTAS									
UNIVERSIDADES	TITULACIÓN	ESPECIALIZACIÓN	HORAS / AÑOS	FORMATO (MÓDULOS/ SEMESTRES)	OBJETIVOS DE LA FORMACIÓN	COMPONENTE PRÁCTICO	STAGE PRÁCTICO	STAGE ERASMUS	
Università degli Studi de L'Aquila Université de France Compté (Besacon) University of Central Lancashire (Preston) Universidad de Extremadura Universidad de Almería	International Degree course in environmental and cultural tourist resources management		3 años (180 ECTS)	Módulos flexibles		Memoria fin de carrera	2-3 meses experiencia en empresa (durante el 3º año).	Obligatorio en el año 260 créditos	



### 2.3. Procedimiento de elaboración del Plan de Estudios

Hemos seguido el procedimiento de elaboración aprobado por la Universidad de La Laguna en la sesión del 22 de octubre de 2007 del Consejo de Gobierno. Siguiendo esta normativa interna se han constituido las siguientes comisiones:

- Comisión de Grado
- Comisión de Rama de conocimiento
- Comisión de Diseño del título
- Comisión de Elaboración del Título

La Comisión de Rama, cuya función fundamental es la de fijar las materias básica comunes a las distintas titulaciones de grado vinculadas a esta rama de conocimiento, en reunión celebrada el 11 de febrero de 2008, adoptó la decisión de establecer como asignaturas comunes las siguientes:

- Comunicación
- Derecho
- Economía
- Estadística
- Geografía
- Sociología

Siguiendo, así mismo, las directrices de la Comisión de Estudios de Grado de la Universidad de La Laguna, en la Escuela se constituyeron la Comisión Técnica de Diseño y la Comisión de Elaboración del Plan de Estudios de Grado.

La relación de miembros de la Comisión Técnica de Diseño del Título de Turismo, compuesta por el Director, el Secretario, tres profesores designados por la Junta de Escuela, y tres representantes de entidades sociales vinculadas a la profesión comisión es la siguiente:

- Presidente:

D. Miguel Ángel Sánchez Martín

- Secretaria:

D<sup>a</sup>. Diana Martín Azami

- Profesores:

D. Desiderio Gutiérrez Taño

D. Raúl Hernández Martín

D. Agustín Santana Talavera

- Representantes de Entidades Sociales:

D. Juan Pablo González Cruz de ASHOTEL

D. Pedro Machado von Poroszlay de la CEOE-TENERIFE

D. Luis Pérez Balboa de la Cámara Oficial de Comercio, Industria y Navegación de Santa Cruz de Tenerife

Esta Comisión Técnica de Diseño del Título (CTDT) se encargó de elaborar el diseño marco de la titulación, que contiene la justificación, sus competencias profesionales, la asignación de créditos por materias formativas, así como la relación de áreas susceptibles de participar en la programación y docencia.

La Comisión de Elaboración del Plan de Estudios de Grado (CEPEG), compuesta por el Decano, el secretario, un representante por cada una de las áreas propuestas por La CTDT, cuatro representantes de la CTDT, y una representación proporcional de alumnos y PAS, según la proporción establecida por el Reglamento de Régimen Interior, es la siguiente:

- Presidente:

D. Miguel Ángel Sánchez Martín

- Secretaria:

D.<sup>a</sup> Diana Martín Azami

- Representantes de la CTDT

D. Juan Pablo González Cruz

D. Pedro Machado von Poroszlay

D. Luis Pérez Balboa

D. Agustín Santana Talavera

- Representantes de las áreas del conocimiento:

ANÁLISIS ECONÓMICO:

D. Andrés Lorente de las Casas

DERECHO FINANCIERO, DERECHO DEL TRABAJO Y SEGURIDAD

SOCIAL:

- Área Derecho del Trabajo y de la Seguridad Social: D. Víctor Manuel  
Díaz Domínguez

- Área Derecho Financiero y Tributario: D<sup>a</sup>. Adriana Fabiola Martín  
Cáceres

DERECHO INTERNACIONAL Y PROCESAL:

D<sup>a</sup>. Lourdes Melero Bosch

DISCIPLINAS JURÍDICAS BÁSICAS:

- Área Derecho Administrativo: D. Fernando Betancort Reyes

- Área Derecho Civil: D<sup>a</sup>. Elvira Afonso Rodríguez

ECONOMÍA APLICADA:

- Área Economía Aplicada: D. Raúl Hernández Martín

- Área Métodos Cuantitativos: Juan Carlos Moreno Piquero

ECONOMÍA DE LAS INSTITUCIONES, ESTADÍSTICA ECONÓMICA Y

ECONOMETRÍA:

D<sup>a</sup>. Flora M. Díaz Pérez

ECONOMÍA FINANCIERA Y CONTABILIDAD:

D<sup>a</sup>. Lilibeth Fuentes Medina

ECONOMÍA Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS:

- Área Organización de Empresas: D<sup>a</sup>. Mercedes Melchior Navarro

- Área Comercialización e Investigación de mercados: D. Ricardo Díaz  
Armas

FILOLOGÍA INGLESA Y ALEMANA:

- Área Filología Alemana: D<sup>a</sup>. Estefanía Caridad de Otto
- Área Filología Inglesa: D<sup>a</sup>. M<sup>a</sup> del Carmen Díaz Díaz

HISTORIA E INSTITUCIONES ECONÓMICAS:

D. Antonio Manuel Macías Hernández

SOCIOLOGÍA:

D<sup>a</sup>. Josefa Rosa Marrero Rodríguez

GEOGRAFÍA:

D. Miguel Ángel Mejías Vera

PREHISTORIA, ANTROPOLOGÍA E HISTORIA ANTIGUA

M<sup>a</sup> Esther Chávez Álvarez

HISTORIA DEL ARTE

Ana M<sup>a</sup> Quesada Acosta

- Representantes del alumnado

D<sup>a</sup>. Silvia Pérez Alberto

D. Moisés Cano Delgado

- Representante del PAS

D<sup>a</sup>. Ana María Cabrera Gil

Esta comisión se encargó de elaborar el Anteproyecto de Plan de Estudios siguiendo tanto las directrices generales emanadas de la Comisión de Estudios de Grado, aprobadas en Consejo de Gobierno el 30 de enero de 2008, como las específicas de la Comisión de Rama de conocimiento y de la CTD.

Los resultados son los que se muestran en el apartado siguiente, pues de los perfiles resultantes derivaron los OBJETIVOS generales del título y las COMPETENCIAS que habrán de adquirir los estudiantes.

### 3. OBJETIVOS

Los objetivos del Título de grado en Turismo que a continuación se detallan aparecen recogidos en el Libro Blanco del Título de Grado en Turismo. Estos objetivos deben definirse a partir de las propias características y condiciones de evolución de la actividad que se desarrolla en un contexto de rápida transformación y exigencias de calidad, competitividad y sostenibilidad y de una creciente internacionalización. En este marco, los objetivos de la enseñanza superior en Turismo son:

1. Responder a las necesidades de formación existentes facilitando el conocimiento de instrumentos útiles para la toma de decisiones en el contexto actual del turismo.

2. Ofrecer un corpus formativo básico de carácter superior que permita la especialización técnica y de gestión directiva de empresas e instituciones turísticas.

3. Abordar aspectos esenciales para el desarrollo de ventajas competitivas con relación a productos y destinos.

4. Generar perfiles de especialización específicos que contemplen tanto las necesidades de la gestión empresarial como la gestión de aspectos colectivos y, en particular, el aprovechamiento turístico de los recursos naturales y culturales.

5. Homogeneizar la transmisión del conocimiento en materia de turismo evitando la fragmentación de los contenidos a impartir por excesivas áreas de conocimiento.

6. Crear las condiciones para el desarrollo de líneas de investigación de carácter transdisciplinar, multidisciplinar e interdisciplinar.

#### 3.1. Competencias generales y específicas

Para poder seleccionar los contenidos de una competencia, es interesante tener presente los diferentes tipos de conocimientos que podemos trabajar:

a) Aprender un saber: conocimientos basados en hechos, reglas, conceptos, teorías. Información necesaria para conocer la realidad y moverse en ella.

b) Aprender a hacer: conocimientos referidos a un conjunto de pasos, reglas y acciones encaminadas a obtener un resultado, "el saber hacer algo".

c) Aprender a desarrollar actitudes: conocimientos referidos a las actitudes y reflejados en la matriz de las "competencias transversales".

Para facilitar la selección de un contenido, puede ayudarnos el responder a una serie de preguntas referidas a la competencia en cuestión. Es muy importante tener siempre presente el marco y objetivo final de formación en el que estamos trabajando.

1. ¿Qué información es necesario transmitir?
2. ¿Qué contenido necesita el alumno para lograr el objetivo de la competencia?
3. ¿Por qué es importante éste contenido?
4. ¿Qué grado de correspondencia tiene el contenido propuesto con el perfil de Titulado en Turismo?

A continuación incluimos las tablas que detallan las competencias básicas y generales del Título de Grado en Turismo:

### **COMPETENCIAS BÁSICAS:**

CB1 - Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio.

CB2- Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio.

CB3- Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética

CB4- Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado

CB5- Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía

## COMPETENCIAS GENERALES

1-Comprender los principios del turismo: su dimensión espacial, social, cultural, política, laboral y económica
2-Analizar la dimensión económica del turismo
3-Comprender el carácter dinámico y evolutivo del turismo y de la nueva sociedad del ocio
4-Conocer las principales estructuras político -administrativas turísticas
5-Convertir un problema empírico en un objeto de investigación y elaborar conclusiones
6-Tener una marcada orientación de servicio al cliente
7-Reconocer los principales agentes turísticos
8-Evaluar los potenciales turísticos y el análisis prospectivo de su explotación
9-Analizar, sintetizar y resumir críticamente la información económico -patrimonial de las organizaciones turísticas
10-Gestionar los recursos financieros
11-Definir objetivos, estrategias y políticas comerciales
12-Dirigir y gestionar (management) los distintos tipos de entidades turísticas
13-Manejar técnicas de comunicación
14-Comprender el marco legal que regula las actividades turísticas
15-Trabajar en inglés como lengua extranjera
16-Comunicarse de forma oral y escrita en una segunda lengua extranjera
17-Identificar y gestionar espacios y destinos turísticos
18-Gestionar el territorio turístico de acuerdo con los principios de sostenibilidad
19-Conocer el procedimiento operativo del ámbito de alojamiento
20-Conocer el procedimiento operativo del ámbito de restauración
21-Conocer los procedimientos operativos de las empresas de intermediación
22-Analizar los impactos generados por el turismo
23-Utilizar y analizar las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) en los distintos ámbitos del sector turístico
24-Comprender un plan público y las oportunidades que se derivan para el sector privado
25-Planificar y gestionar los recursos humanos de las organizaciones turísticas
26-Comprender el funcionamiento de los destinos, estructuras turísticas y sus sectores empresariales en el ámbito mundial
27-Conocer los objetivos, la estrategia y los instrumentos públicos de la Planificación
28-Trabajar en medios socioculturales diferentes
29-Conocer las principales iniciativas de puesta en valor del patrimonio cultural
30-Comprender las características de la gestión del patrimonio cultural
31-Detectar necesidades de planificación técnica de infraestructuras e instalaciones turísticas

<b>COMPETENCIAS ESPECÍFICAS</b>
1.1 - Conocer las diferentes dimensiones del turismo y sus interrelaciones
1.2 - Conocer los conceptos básicos del turismo
1.3 - Estudiar las tendencias turísticas y los factores de inestabilidad en el turismo
1.4 - Comprender que todos los aspectos y cualidades inciden directa o indirectamente en la calidad del turismo
1.5 - Conocer los principios generales de la sostenibilidad turística
2.1 - Conocer el papel del turismo en la estructura económica a diferentes escalas
2.2 - Conocer las diferentes estructuras de los mercados turísticos y su funcionamiento
2.3 - Conocer las características y el funcionamiento de los mercados de factores (capital, trabajo, ...)
2.4 - Conocer el procedimiento de cálculo y aplicación de la Cuenta Satélite de Turismo
3.1 - Saber abordar el turismo desde una perspectiva histórica hasta el momento actual.
3.2 - Saber entender el turismo como motor de desarrollo de las sociedades humanas.
3.3 - Conocer los cambios que se experimentan en los procesos de desarrollo turístico.
3.4 - Conocer el papel del ocio en la sociedad actual y las tendencias del futuro.
4.1 - Conocer las administraciones públicas competentes en materia turística. Funciones y objetivos.
4.2 - Conocer otras estructuras jurídico-administrativas que desarrollan su actividad en materia turística. Funciones y objetivos.
5.1 - Identificar situaciones y realidades en que se encuentra inmerso el sector.
5.2 - Conocer las fuentes de información para la investigación turística.
5.3 - Conocer los métodos cuantitativos y cualitativos aplicados al turismo.
6.1 - Conocer las particularidades del servicio turístico.
6.2 - Conocer los diferentes tipos de clientes y sus necesidades.
6.3 - Conocer los diferentes aspectos y técnicas de comunicación externa (captación, atención y fidelización)
7.1 - Conocer y reconocer los principales agentes que actúan en el mercado turístico nacional e internacional: Administraciones Públicas, empresas de proveedores finales, agentes de distribución y mediación, organizaciones no gubernamentales, sociedad civil, etc.
7.2 - Conocer las interrelaciones que se producen entre los agentes del sector turístico así como la necesidad de competir y cooperar entre ellos.
8.1 - Conocer el medio en sus vertientes física y humana.
8.2 - Conocer las herramientas para evaluar el aprovechamiento turístico de un recurso.
8.3 - Conocer las formas de intervención que favorecen el uso turístico de un recurso y evitar el deterioro del territorio.
8.4 - Conocer las principales tendencias, dinámicas, paradigmas y conflictos observados en la evolución reciente de la actividad turística.
9.1 - Conocer los sistemas y procedimientos contables y financieros aplicados a las empresas turísticas.
9.2 - Conocer las herramientas necesarias para el análisis de los estados contables y los criterios para la interpretación de los mismos.
9.3 - Conocer los sistemas de información para la gestión aplicados a las empresas turísticas.
10.1 - Conocer los instrumentos necesarios para poder evaluar las operaciones de inversión y financiación más usuales de la empresa turística.

10.2 - Conocer las principales fuentes de financiación de las empresas turísticas
10.3 - Conocer los principales métodos de planificación financiera que le permitan optimizar sus recursos financieros.
11.1 - Conocer las teorías y conceptos básicos en marketing turístico como: demanda, comportamiento del consumidor, mercado, segmentación, posicionamiento.
11.2 - Conocer las herramientas y aplicaciones básicas como: investigación de mercados o plan de marketing, creación de productos turísticos, determinación de precios, comunicación y distribución.
12.1 - Conocer los principios básicos de la dirección y gestión de empresas.
12.2 - Conocer los conceptos y herramientas más actuales de planificación, organización, dirección, coordinación y control.
12.3 - Conocer los distintos modelos organizativos de empresas turísticas.
12.4 - Conocer los principios básicos de la dirección estratégica de la empresa
13.1 - Conocer los elementos y flujos del proceso de comunicación.
13.2 - Conocer las principales técnicas de negociación
13.3 - Conocer las principales técnicas de comunicación aplicables a las organizaciones turísticas.
13.4 - Conocer los principios básicos del protocolo y de las relaciones públicas.
14.1 - Conocer los principios y fundamentos jurídicos que afectan al turismo.
14.2 - Conocer la existencia y el contenido de las principales normas reguladoras de las actividades
15.1 - Conocer las estructuras gramaticales de la lengua a nivel medio-alto.
15.2 - Conocer el vocabulario específico relacionado con el sector turístico.
15.3 - Conocer los distintos tipos de pronunciación
15.4 - Conocer las diversas culturas de los países de habla inglesa, para adquirir una mayor comprensión del idioma.
16.1 - Lingüísticos (gramaticales).
16.2 - Léxicos (aprender términos relacionados con distintos campos semánticos).
16.3 - Funcionales (tal como: aprender hábitos y describir rutinas del sector profesional turístico).
16.4 - Culturales (aprender aspectos sobre la vida cultural, costumbres, modos de vida, normas de convivencia, etc...).
17.1 - Conocer los diferentes tipos de espacios y destinos turísticos, su valoración y sus factores condicionantes.
17.2 - Conocer el proceso de generación de las actuales estructuras espaciales vinculadas a los distintos modelos de turismo.
17.3 - Comprender los factores determinantes de la localización turística.
17.4 - Conocer las variables que condicionan el posicionamiento e imagen del destino turístico.
17.5 - Conocer los principios básicos de la gestión del destino.
18.1 - Identificar las características de los modelos turísticos y su incidencia medioambiental y cultural.
18.2 - Conocer los principios, las reglas y los procedimientos del desarrollo sostenible
18.3 - Conocer los condicionantes que deben imponerse para el desarrollo sostenible del turismo.
18.4 - Conocer políticas de desarrollo turístico sostenible.

19.1 - Conocer la terminología técnica empleada y documentos básicos en el campo del alojamiento.
19.2 - Conocer los procedimientos operativos de las empresas de alojamiento.
19.3 - Conocer las diferencias operativas entre los distintos tipos de alojamiento y de los productos a ellas asociados.
19.4 - Conocer los efectos que tienen las nuevas tecnologías en los procedimientos operativos de las empresas de alojamiento.
20.1 - Conocer los principales tipos de restauración.
20.2 - Conocer las principales culturas gastronómicas.
20.3 - Análisis departamental y funcional del área de alimentos y bebidas, incidiendo en la relación entre las áreas de elaboración y las áreas de servicio a los clientes.
20.4 - Reconocer los principales parámetros y puntos críticos del servicio.
21.1 - Conocer los procedimientos operativos de las distintas empresas e instituciones de distribución e intermediación turística y las relaciones entre sus áreas operativas.
21.2 - Conocer los procedimientos operativos correspondientes a las relaciones con sus clientes y sus proveedores.
21.3 - Conocer la aportación de las TICs en el funcionamiento de la empresa e instituciones de intermediación y su alto grado de integración en los procesos de producción.
21.4 - Conocimiento de los documentos básicos del sector.
22.1 - Conocer los impactos producidos por la actividad turística.
22.2 - Conocer las técnicas de análisis.
22.3 - Saber comprender los resultados que le ofrecen las técnicas.
23.1 - Conocer los principios básicos de las TIC.
23.2 - Conocer las tecnologías aplicadas a la promoción y comercialización turística (Bases de datos, DMS, Análisis y Diseño de Sistemas de Información Turística, Diseño y promoción de sitios webs turísticos).
24.1 - Conocer las teorías, tipos y modelos de la planificación.
24.2 - Conocer las teoría y conceptos básicos del análisis de políticas.
24.3 - Conocer las herramientas e instrumentos de intervención pública.
24.4 - Conocer el contenido y la estructura de los distintos planes, a partir de ejemplos concretos.
25.1 - Conocer los principales de la organización de los recursos humanos.
25.2 - Conocer las herramientas que ayudan a optimizar la contribución del capital humano en las organizaciones.
25.3 - Conocer la influencia de la cultura organizativa y del entorno en la evolución de las organizaciones.
26.1 - Conocer el funcionamiento a nivel general de la estructura turística mundial.
26.2 - Conocer las tipologías de consumidores y modalidades de destinos internacionales.
26.3 - Conocer la evolución de los principales destinos turísticos internacionales
27.1 - Conocer las principales acciones relacionadas con la planificación turística contenidas en los planes públicos.
27.2 - Conocer los principios básicos de los instrumentos generales de planificación y ordenación del territorio (planes rectores, planes de ordenación...), así como de planificación y gestión de los espacios naturales.
27.3 - Conocer los sistemas de calidad y su aplicación en la planificación turística
28.1 - Conocer diferentes comportamientos, costumbres horarias, gastronómicas, fiestas y manifestaciones de carácter social y antropológico, modelos relacionales en el ámbito personal y profesional, etc.

28.2 - Conocer la riqueza de la diversidad racial, social y cultural.
29.1 - Conocer los bienes y las tipologías del patrimonio cultural.
29.2 - Conocer los elementos más destacados del patrimonio cultural del entorno
29.3 - Conocer las razones que llevan a la consideración de un elemento como bien patrimonial, quienes participan en su definición y como se ha generado históricamente este concepto.
29.4 - Conocer el principio de tutela de los bienes culturales.
29.5 - Conocer las relaciones entre el turismo y el patrimonio cultural.
30.1 - Conocer las potencialidades de la relación del turismo y el patrimonio y disminuir los riesgos de dicha relación.
30.2 - Conocer los conceptos y principios de la gestión cultural.
30.3 - Conocer las estructuras de gestión de patrimonio.
30.4 - Adquirir nociones básicas sobre museología y museografía.
30.5 - Conocer acciones que han garantizado el uso turístico y la conservación de los bienes de patrimonio.
31.1 - Conocimientos básicos de arquitectura interior y decoración.
31.2 - Conocimiento de los sistemas para la prevención de riesgos laborales y de las normativas vigentes al respecto.
31.3 - Conocimiento sobre las normas de certificación de calidad.
31.4 - Conocer los procesos de innovación, los avances tecnológicos y usos de la domótica.

## 4. ACCESO Y ADMISIÓN DE ESTUDIANTES

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

La difusión de los estudios de Grado de Turismo de la Universidad de La Laguna se efectuará a través de los distintos medios de comunicación de esta comunidad. Tanto la ULL como la Escuela Universitaria de Ciencias Empresariales cuentan con página web propia, desde las que se proporciona información sobre las características de los estudios impartidos, el plan de estudios, los programas de las asignaturas, los horarios de clase, las convocatorias de exámenes y cualquier otra información de interés para el estudiante.

Junto con las actividades que la Escuela Universitaria de Ciencias Empresariales desarrolla para divulgar aspectos diversos de la profesión, como la Semana de la Empresa, que este curso 2007-2008 cumplió su vigésimotercera edición, el Centro también está presente en todas aquellas jornadas organizadas por el Vicerrectorado de Alumnado y por el Servicio de Información y Orientación (SIO) de nuestra Universidad, como son las Jornadas Post-Pau y las Jornadas de Puertas Abiertas. Estas últimas, promovidas por el Vicerrectorado de Alumnado a través del Servicio de Información y Orientación, se celebran, con una duración de cuatro días, en la Universidad cada año antes de comenzar el segundo semestre del curso (mes de Febrero). Suelen asistir en torno a 5000 alumnos de bachillerato que reciben información de carácter general y específica para cada titulación. Allí siempre está presente la Escuela Universitaria de Ciencias Empresariales, que imparte una charla diaria y pone a disposición de los alumnos, en la mesa de información del SIO, diverso material diseñado para estas jornadas.

En las Jornadas Post-Pau la Escuela Universitaria de Ciencias Empresariales dispone de un puesto de información en el que hay profesorado y personal administrativo de la misma dispuesto a ofrecer la información personalizada que se demande.

Entre otras posibilidades para esta tarea divulgadora, contamos con la de difundir el título de Grado de Empresariales en las asociaciones profesionales principalmente con la Cámara de Comercio, la Confederación de Empresarios de Tenerife y Ashotel con las que mantenemos estrechas relaciones.

#### 4.2. Criterios de acceso y condiciones o pruebas de acceso especiales

##### 4.2.1. Perfil de ingreso recomendado

Atendiendo a las características y objetivos de estos estudios, los alumnos que accedan deberán demostrar facilidad para las relaciones públicas, habilidades para el aprendizaje de idiomas, respeto a la conservación del entorno natural, dotes de comunicación y para trabajar en equipo y capacidad para llevar a la práctica los conocimientos teóricos adquiridos.

La legislación vigente establece los siguientes requisitos académicos para el acceso a los estudios de Grado de Turismo

- Bachillerato y/o COU.

Esta vía de acceso en relación a las titulaciones de ciclo corto se rige por los siguientes criterios:

- Bachilleres anteriores a LOGSE y COU: los alumnos pueden acceder sin tener superadas las Pruebas de Acceso.

Sin embargo en el proceso de baremación la normativa general atribuye prioridad a los solicitantes con PAU superada respecto de quienes no la tienen.

- Bachiller Logse: Constituye requisito imprescindible haber superado la PAU.

- Formación Profesional.

Se contemplan dos supuestos básicos en relación a esta vía de acceso:

- Título de Técnico Especialista (estudios de Formación Profesional de 2º Grado y Módulos Profesionales de nivel 3).

Los alumnos tienen acceso según la rama y especialidad cursada a los estudios universitarios oficiales establecidos en el Real Decreto 777/1998, de 30 de abril, BOE de 8 de mayo.

- Título de Técnico Superior (estudios de Ciclos Formativos de Grado Superior).

Los alumnos tienen acceso según el Ciclo Formativo cursado a los estudios universitarios oficiales establecidos en el Real Decreto 777/1998, de 30 de abril, BOE de 8 de mayo y la Orden ECI/2527/2005, de 4 de julio, por la que se actualiza y se amplía el anexo X del Real Decreto 777/1998.

- Otras titulaciones.

- Título de Perito Mercantil, equiparado al de Técnico Especialista de Formación Profesional en la Rama Administrativa y Comercial.

Previo al proceso de matriculación tiene lugar el procedimiento de preinscripción, el cual se desarrolla a través de una convocatoria ordinaria de carácter obligatorio que se inicia en junio para aquellos estudios con límite de plazas como es el caso de Turismo, según las fases y el calendario indicados en el título IV de esta norma.

Ninguna plaza puede quedar declarada vacante en la convocatoria ordinaria mientras resten solicitantes admitidos al procedimiento que cumplan los requisitos de acceso, con independencia del cupo y/o vía de acceso a la que pertenezcan, y no tengan plaza adjudicada.

Con carácter subsidiario y sólo en el caso de que hayan sobrado plazas, se procederá a abrir una convocatoria extraordinaria durante el mes de septiembre, según el procedimiento que regula el título V de esta norma.

En cuanto a los cupos y vías de acceso, de conformidad con los criterios establecidos en el RD. 69/2000, la oferta de plazas se ordena atendiendo a una distribución por cupos.

Se entiende por cupo toda reserva de plazas que fije la normativa atendiendo a la vía de acceso utilizada o a condiciones subjetivas de los solicitantes.

La vía de acceso agrupa a los interesados en función de la titulación o estudios que aportan a efectos de cumplir los requisitos académicos de acceso a la universidad y posterior baremación dentro del procedimiento.

La aplicación de lo previsto en el art. 38.5 de la LOE sobre acceso a la Universidad sin realizar la PAU de alumnos procedentes de sistemas educativos de la UE o de países con convenio de efectos equivalentes, supone que mediante la presentación de una credencial expedida por la UNED se tienen por cumplidos los requisitos de acceso como si se hubiese superado la PAU.

- Son cupos-vía las reservas de plaza definidas por la titulación o estudios de acceso, incluyéndose en esta categoría los siguientes cupos:

- General, donde figuran los alumnos que han superado las PAU, el COU, o equivalente.
- Formación Profesional.
- Titulados universitarios o equivalentes.
- Mayores de 25 años.

- Son sólo-cupos las reservas de plaza definidas en virtud de condiciones subjetivas, debiendo acreditarse el acceso por alguna de las vías anteriores.

Pertencen a esta categoría los cupos siguientes:

- Extranjeros.
- Discapacitados.
- Deportistas de alto nivel

En la siguiente tabla se muestran datos sobre el acceso de estudiantes en Junio del curso 2007-08 a la Diplomatura en Turismo, según las distintas vías de acceso.

Junio	Nota de Corte	1ª Opción		2ª Opción		3ª Opción		4ª Opción		5ª Opción		Total	
		Sol. Mat.	Sol. Mat.	Sol. Mat.	Sol. Mat.	Sol. Mat.	Sol. Mat.	Sol. Mat.	Sol. Mat.	Sol. Mat.	Sol. Mat.	Sol. Mat.	Sol. Mat.
Cupo General	5,924	118	73	65	1	117	2	63	1	86	0	449	77
Discapacitados		0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0
Extranjeros		0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0
Formación Profesional	6	18	17	10	0	12	0	17	0	9	0	661	7
Mayores de 25 años	5,067	1	1	0	0	5	0	2	0	1	0	9	1
Titulados Universitarios		0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0
<b>Total</b>		<b>137</b>	<b>91</b>	<b>76</b>	<b>1</b>	<b>135</b>	<b>2</b>	<b>82</b>	<b>1</b>	<b>97</b>	<b>0</b>	<b>527</b>	<b>95</b>

Por último, y tal y como se establecen en las Directrices Generales para el Diseño del Títulos de Grado de la Universidad de La Laguna dentro de los 6 créditos que el estudiante puede obtener por reconocimiento de actividades universitarias (art. 12.7 del Real Decreto 1393/2007 de 29 de octubre) se podrán incluir créditos de formación relativa a emprendedurismo e inserción laboral (art. 12.8 del Real Decreto 1393/2007 de 29 de octubre).

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

Además de las tutorías realizadas por cada profesor, está prevista la creación de la figura del Profesor Coordinador de Curso y la del Profesor Coordinador de la Titulación. El primero se encargará de garantizar las relaciones de los profesores por curso y evitar solapamientos en los contenidos y aquellos aspectos metodológicos que por rutina o descuido de alejen de lo previsto en este proyecto.

El Profesor Coordinador de la Titulación ejercerá la función de coordinación de los distintos Departamentos con docencia en el Grado.

La Escuela de Empresariales creará un Servicio de Información y Orientación para los alumnos recién ingresados con la misión de familiarizarlos con los servicios e instalaciones del Centro.

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

Se reconocerán de forma automática los créditos de materias básicas de rama de aquellos alumnos que procedan de otra titulación de la misma rama de conocimiento, en este caso de la Rama de Ciencias Sociales y Jurídicas.

Serán también objeto de reconocimiento los créditos obtenidos en aquellas otras materias de formación básica pertenecientes a titulaciones de otras ramas de conocimiento incluidas en el Plan de Estudios de Graduado en Turismo. El resto estará de acuerdo con la normativa de la ULL.

**Por indicación expresa de la ANECA, el plan de estudios debe presentar créditos optativos que permitan el reconocimiento de las actividades universitarias,**

culturales, deportivas, de representación estudiantil, solidarias y de cooperación de los estudiantes (art 12.5 RD 1393/2007). En este sentido, se convoca a los miembros de la Comisión Técnica de Diseño del Título de Grado en Turismo (en adelante CTD) el día 21 de mayo de 2009 y a la Comisión de Elaboración del Plan de Estudios de Grado en Turismo (en adelante CEPEG) el día 22 de mayo de 2009.

Tras debatir el apartado “Aspectos que necesariamente deben modificarse” recogido en el informe al Título de Grado en Turismo por la ULL emitido por la ANECA, la CTD acuerda, teniendo en cuenta las indicaciones de la ANECA que se recogen dicho informe, las siguientes modificaciones e inclusiones en el Proyecto de Grado en Turismo por la ULL:

- Modificaciones:

La asignatura Tecnología de la Información Geográfica Orientada al Análisis y Diagnóstico de los Recursos Turísticos, actualmente de 6 créditos obligatorios pasa, con la misma denominación, a 6 créditos optativos.

La asignatura Prácticas Externas, actualmente de 20 créditos obligatorios pasa, con la misma denominación, a 18 créditos obligatorios. Los 2 créditos restantes pasan a ser optativos.

La asignatura Proyecto de Fin de Grado, actualmente de 10 créditos obligatorios pasa, con la misma denominación, a 6 créditos obligatorios. Los 4 créditos restantes pasan a ser optativos.

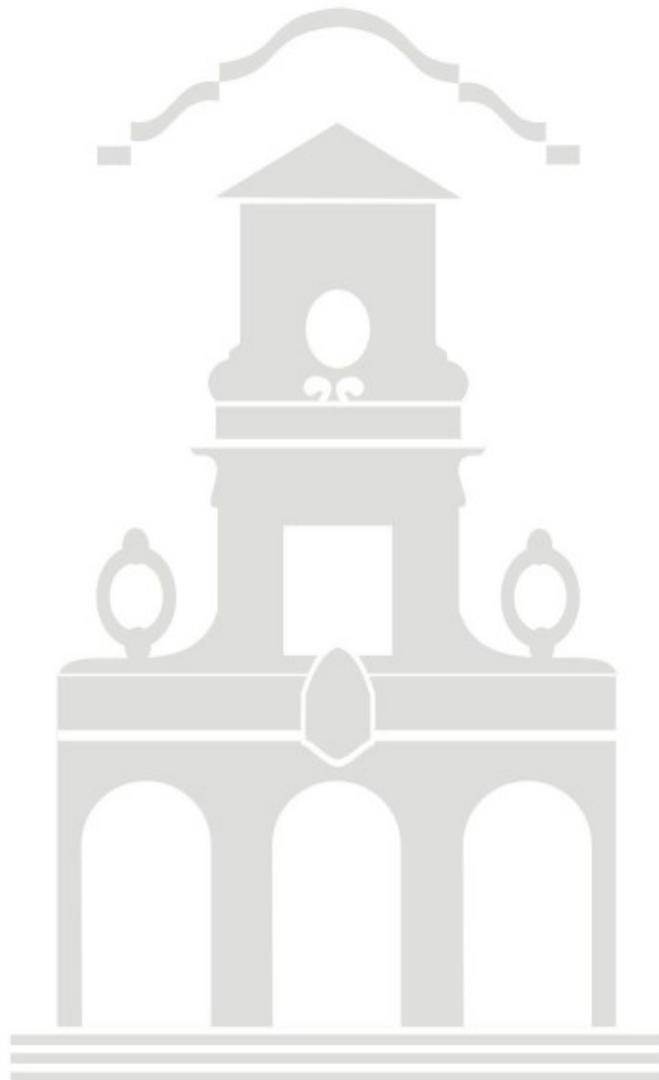
De la suma de los 2 y 4 créditos optativos que restamos a Prácticas Externas y al Proyecto de Fin de Grado, obtenemos una asignatura de 6 créditos optativos que pasa a denominarse Desarrollo Sostenible del Turismo

- Inclusiones:

Tecnología de la Información Geográfica Orientada la Gestión del Destino Turísticos de 6 créditos optativos

Habilidades Psicosociales para el Desempeño Profesional del Turismo de 6 créditos optativos

Este acuerdo es trasladado a la CEPEG la cual muestra su conformidad ante tal resolución.



## 5. PLANIFICACIÓN DE LAS ENSEÑANZAS

### 5.1. Estructura de las enseñanzas

El Título de Grado en Turismo por la Universidad de La Laguna se ha elaborado según la normativa vigente, y más concretamente teniendo como base lo regulado en el Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales, y por las distintas normativas dictadas por la Universidad de La Laguna: el Reglamento de la Comisión de Estudios de Grado de la Universidad de La Laguna (aprobado en Consejo de Gobierno de 22 de octubre de 2007) y las Directrices Generales para el Diseño de Títulos de Grado de la Universidad de La Laguna (Consejo de Gobierno de 30 de enero de 2008).

Con relación al régimen de permanencia, según el artículo 45 del REAL DECRETO 1892/2008, de 14 de noviembre, por el que se regulan las condiciones para el acceso a las enseñanzas universitarias oficiales de grado y los procedimientos de admisión a las universidades públicas españolas “los estudiantes que habiendo comenzado sus estudios universitarios en un determinado centro, tengan superado, al menos, seis créditos y los hayan abandonado temporalmente, podrán continuarlos en el mismo centro sin necesidad de volver a participar en proceso de admisión alguno. Todo lo anterior, sin perjuicio de las normas de permanencia que la universidad pueda tener establecidas.

De acuerdo con las directrices ministeriales y los de nuestra propia Universidad, se decidieron unas prácticas externas obligatorias valoradas en 18 créditos y un trabajo de fin de grado valorado en 6 créditos, criterios que dan a nuestro proyecto de plan de estudios la siguiente conformación:

Tabla 1

DISTRIBUCION DEL PLAN DE ESTUDIOS EN CREDITOS	ECTS
Formación Básica:	60
- Básicas Comunes	36

- Básicas Específicas	24
Obligatorias	144
Optativas*	24
Prácticas Externas	18
Trabajo de Fin de Grado	6

\*Oferta de 24 créditos optativos a elegir 12 créditos (2 asignaturas optativas de 6 créditos cada una)

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

La planificación y movilidad de los estudiantes salientes y entrantes de la Escuela Universitaria de Ciencias Empresariales queda sujeta a los programas de intercambio suscritos por la Universidad de La Laguna. En este marco general, nuestra Escuela viene suscribiendo convenios con otros Centros de otras universidades españolas y europeas, según establecen los programas SICUE-SÉNECA Y SÓCRATES-ERASMUS.

A fin de atender a los alumnos interesados en estos programas, la Escuela tiene creada la figura del coordinador de los programas de intercambios y una Comisión de Intercambios, encargados de difundir y publicitar estos programas, en el ámbito del Centro, incentivar a los alumnos para que sugieran centros de destino que reúnan las condiciones para satisfacer sus perspectivas formativas y fomentar así la firma de nuevos convenios. Otra de sus tareas es proporcionar la información y orientación requeridas por los estudiantes salientes y entrantes, tanto de índole académica como las propias requeridas por los estudiantes en movilidad.

El alumnado de la Escuela Universitaria de Ciencias Empresariales podrá realizar estancias en otras Universidades acogiendo a alguno de los dos programas de movilidad de estudiantes Sócrates/Erasmus o Sicúe/Séneca.

### Programa Sócrates-Erasmus

El Programa Sócrates se creó con el objetivo de contribuir a mejorar la calidad de la educación reforzando la cooperación europea e incrementando las oportunidades de aprendizaje en la Unión Europea. Dentro del Programa Sócrates

, la acción dedicada a la movilidad de alumnos universitarios se denomina ERASMUS y ha cosechado un gran éxito desde sus inicios en 1987.

El Programa Erasmus contiene una serie de medidas encaminadas a apoyar las actividades europeas de las instituciones de enseñanza superior y promover la movilidad de profesores y estudiantes universitarios permitiendo efectuar una parte reconocida de los estudios en otros países de la Unión. Los períodos de estudio están comprendidos entre un cuatrimestre y hasta un máximo de un año, de acuerdo con los convenios firmados entre las universidades.

La Agencia Nacional Sócrates aporta ayudas para la realización de los estudios y dado que las mismas no cubren la totalidad de los gastos, son complementadas por el Ministerio de Educación y Ciencia, La Universidad de La Laguna, La Comunidad Autónoma, Los Cabildos y otras Instituciones públicas o privadas de carácter local o regional.

En el marco del Programa Erasmus, todo estudiante disfrutará de los beneficios de los acuerdos de cooperación, exención de pago de tasas académicas en el país de destino y reconocimiento académico. El sistema de reconocimiento del período de estudios es el SISTEMA EUROPEO DE TRANSFERENCIA DE CRÉDITOS (ECTS), sistema de asignación y transferencia de créditos cuyo objetivo es facilitar el proceso de reconocimiento académico a través de mecanismos eficaces.

El Sistema ECTS iniciado con los programas de movilidad Erasmus junto con las declaraciones de la Sorbona, Bolonia y Praga ha contribuido de forma decisiva al desarrollo de un espacio europeo de educación superior. La armonización de los sistemas nacionales de titulaciones basado en los dos ciclos principales de grado y postgrado, el sistema ECTS y la implantación de un suplemento europeo a los títulos emitido por las instituciones educativas de enseñanza superior facilitará el reconocimiento académico y la movilidad de los ciudadanos en un corto plazo por lo que debemos familiarizarnos con esta terminología cuando pensamos realizar un intercambio.

La EUCE, a través de su Comisión de Intercambio Erasmus integrada por el Coordinador Departamental y los Coordinadores de Área, realiza el proceso de selección anual a petición de la Oficina de Relaciones Internacionales (ORI) de la Universidad de La Laguna, aplicando los criterios basados fundamentalmente en tres aspectos:

- El expediente académico
- Número de créditos cursados
- El conocimiento de la lengua del país de destino.
- La motivación para realizar intercambios en otras Instituciones.

El Coordinador Departamental junto a los Coordinadores de Área organizan la selección, que comienza con una reunión informativa para todos los alumnos interesados a comienzos de cada año (febrero-marzo) y gestionan la tramitación del proceso, sirviendo de enlace entre las universidades extranjeras, la ORI y los alumnos de las dos titulaciones: Ciencias Empresariales y Turismo.

La información actualizada sobre Convenios firmados con universidades extranjeras, procedimiento de selección y documentación se encuentra a disposición de los alumnos en nuestra página web: [www.euce.ull.es](http://www.euce.ull.es) en la sección destinada a intercambio SÓCRATES/ERASMUS, o también en el panel y en el tablón de Intercambios en el panel informativo junto a la Conserjería de la Escuela.

Las Instituciones con las que se han suscrito convenios bilaterales dentro del Programa Sócrates-Erasmus son las siguientes:

INSTITUCIÓN Y CÓDIGO ERASMUS	COORDINADOR O CONTACTO ALUMNOS EXTRANJEROS	CENTRO	COORDINADOR ÁREA EN EUCE	*OMS	**TS
IPAC ANNECY <a href="http://www.ipac-france.com/">www.ipac-france.com/</a>	BÁRBARA HERRY <a href="mailto:bherry@ipac-france.com">bherry@ipac-france.com</a>	EMPRESARIALES Y TURISMO	CARMEN D. CUBILLO <a href="mailto:ccubillo@ull.es">ccubillo@ull.es</a>	3x6	1x1
UNIVERSITÉ DE CERGY-PONTOISE (PARIS) <a href="http://www.u-cergy.fr/">www.u-cergy.fr/</a>	STÉPHANE HURTADO <a href="mailto:Stephne.hurtado@lang.u-cergy.fr">Stephne.hurtado@lang.u-cergy.fr</a>	EMPRESARIALES Y TURISMO	JOSÉ MANUEL CRUZ <a href="mailto:jocruz@ull.es">jocruz@ull.es</a>	T-4 x 10 E-4 x 6	1x1 1x1
UNIVERSITÉ DE LA ROCHELLE <a href="http://www.univ-lr.fr">www.univ-lr.fr</a>	MELLE GERALDINE SAPIN <a href="mailto:sri@univ-lr.fr">sri@univ-lr.fr</a>	EMPRESARIALES Y TURISMO	CARMEN D. CUBILLO <a href="mailto:ccubillo@ull.es">ccubillo@ull.es</a>	4x5	----
GEORG-AUGUST-UNIVERSITÄT GÖTTINGEN (GÖTTINGEN) <a href="http://www.uni-goettingen.de">www.uni-goettingen.de</a>	ROSWITHA BRINKMANN <a href="mailto:rbrinkm@uni-goettingen.de">rbrinkm@uni-goettingen.de</a>	EMPRESARIALES Y TURISMO	ESTEFANÍA CARIDAD DE OTTO <a href="mailto:ecaridad@ull.es">ecaridad@ull.es</a>	5x5	1x1

UNIVERSITÄT ULM. (ULM) <a href="http://www.uni-ulm.de">www.uni-ulm.de</a>	SABINE HABERMALZ <a href="mailto:sabine.habermalz@uni-ulm.de">sabine.habermalz@uni-ulm.de</a>	EMPRESARIALES	CARMEN REYERO <a href="mailto:mcreyero@ull.es">mcreyero@ull.es</a>	4x6	....
TECHNISCHE UNIVERSITÄT MÜNCHEN <a href="http://www.tu-muenchen.de">www.tu-muenchen.de</a>	WOLFGANG KUHLE <a href="mailto:w.kuhle@wi.tum.de">w.kuhle@wi.tum.de</a>	EMPRESARIALES	KERSTIN ROHR <a href="mailto:krrohr@ull.es">krrohr@ull.es</a>	2x6	.....
FACHHOCHSCHULE MÜNCHEN. (MÜNCHEN) <a href="http://www.fh-muenchen.de">www.fh-muenchen.de</a> <a href="http://www.erasmusguide-muenchen.de">www.erasmusguide-muenchen.de</a>	IRMELE NEU <a href="mailto:neu@tr.fh-muenchen.de">neu@tr.fh-muenchen.de</a>	TURISMO	KERSTIN ROHR <a href="mailto:krrohr@ull.es">krrohr@ull.es</a>	2x5	1x1
FACHHOCHSCHULE NORDAKADEMIE <a href="http://www.nordakademie.de">www.nordakademie.de</a>	MATTHIAS TAMM <a href="mailto:m.tamm@nordakademie.de">m.tamm@nordakademie.de</a>	EMPRESARIALES	ESTEFANÍA CARIDAD DE OTTO <a href="mailto:ecaridad@ull.es">ecaridad@ull.es</a>	2x6	1x1
NOORDELIJKE HOGESCHOOL LEEWARDEN <a href="http://www.nhl.nl">www.nhl.nl</a>	ERIC PRINS <a href="mailto:e.prins@ecma.nhl.nl">e.prins@ecma.nhl.nl</a>	EMPRESARIALES	MARY KELLY <a href="mailto:mkelly@ull.es">mkelly@ull.es</a>	1x5	1x1
UNIVERSITÀ DE BOLOGNA <a href="http://www.unibo.it">www.unibo.it</a>	VALERIA MACHINI <a href="mailto:Relazioni.internazionali@rimini.unibo.it">Relazioni.internazionali@rimini.unibo.it</a>	TURISMO	ISAÍAS NARANJO <a href="mailto:inaranjo@ull.es">inaranjo@ull.es</a>	2x9	1x1
UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI BERGAMO <a href="http://www.unibg.it">www.unibg.it</a>	PAOLA RIVA <a href="mailto:paola.riva@unibg.it">paola.riva@unibg.it</a>	EMPRESARIALES	CARMEN D. CUBILLO <a href="mailto:ccubillo@ull.es">ccubillo@ull.es</a>	1x10	1x1
UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI TORINO <a href="http://www.unito.it">www.unito.it</a> (Oferta conjunta con Económicas)	ALESSANDRO LUISON <a href="mailto:relint@unito.it">relint@unito.it</a>	EMPRESARIALES	CARMEN D. CUBILLO <a href="mailto:ccubillo@ull.es">ccubillo@ull.es</a>	1x9	---
DOUAI BUSINESS SCHOOL <a href="http://www.dbs-esvii.com">www.dbs-esvii.com</a>	BERNARD DUVIVIER <a href="mailto:dbs@douai.cci.fr">dbs@douai.cci.fr</a>	EMPRESARIALES	CARMEN RIO <a href="mailto:criorey@ull.es">criorey@ull.es</a>	3x5	1x1
UNIVERSITÉ DES ANTILLES ET DE LA GUAYANE <a href="http://www.univ-ag.fr">www.univ-ag.fr</a>	MILKA VALENTIN-HUMBERT <a href="mailto:milka.valentin-humbert@martinique.univ-ag.fr">milka.valentin-humbert@martinique.univ-ag.fr</a>	EMPRESARIALES Y TURISMO	JOSÉ MANUEL CRUZ <a href="mailto:jocruz@ull.es">jocruz@ull.es</a>	2x5	1x1
HAUTE ECOLE CHARLEMAGNE <a href="http://www.lesrivageois.be">www.lesrivageois.be</a>	THERESE VAN LAETHEN <a href="mailto:relinter.charlemagne@skynet.be">relinter.charlemagne@skynet.be</a>	TURISMO	JOSÉ MANUEL CRUZ <a href="mailto:jocruz@ull.es">jocruz@ull.es</a>	2x5	1x1
UNIVERSIDADE DOS AÇORES <a href="http://www.uac.pt">www.uac.pt</a>	JOSE ROSA NUNES <a href="mailto:cpamara@notes.uac.pt">cpamara@notes.uac.pt</a>	EMPRESARIALES	JOSÉ MANUEL CRUZ <a href="mailto:jocruz@ull.es">jocruz@ull.es</a>	4x6	1x1
DUBLIN INSTITUTE OF TECHNOLOGY <a href="http://www.dit.ie">www.dit.ie</a>	HELEN O'CONNOR <a href="mailto:helen.oconnor@dit.ie">helen.oconnor@dit.ie</a>	EMPRESARIALES Y TURISMO	MARÍA DEL CARMEN DÍAZ <a href="mailto:mc Diaz@ull.es">mc Diaz@ull.es</a>	2x5	1x1

### El Programa Sicue-Seneca

Para hacer realidad la movilidad de estudiantes entre centros universitarios españoles surgió el documento SICUE, aprobado en julio de 1999 por la CRUE.; Posteriormente en febrero de 2000 los Rectores de las universidades españolas firmaron un Convenio Marco para el establecimiento de este sistema de movilidad.

Los estudiantes de las universidades españolas pueden realizar una parte de sus estudios en otra universidad distinta a la suya, con garantías de reconocimiento académico. El sistema tiene en cuenta el valor formativo del intercambio, puesto que permite al estudiante experimentar sistemas docentes

distintos, prácticas en empresas, así como aspectos sociales y culturales de otras Comunidades.

Las universidades entran a formar parte del intercambio comprometiéndose a aceptar las obligaciones que afectan a su funcionamiento. El intercambio se basa en la confianza entre las instituciones, la transparencia informativa, reciprocidad y flexibilidad.

Las distintas Universidades firman acuerdos bilaterales que especifican los centros, las titulaciones, la oferta de plazas y el período de intercambio. Los alumnos deben poseer un número de créditos de la titulación realizado y un número matriculado a la hora de solicitar la movilidad.

El procedimiento de solicitud es divulgado por las universidades anualmente y los estudiantes presentan sus solicitudes de plaza SICUE. La selección de candidatos se realiza en cada universidad de acuerdo con unos requisitos académicos y de justificación de la propuesta de movilidad. Las solicitudes deben tener en cuenta lo siguiente: nº de créditos o asignaturas superadas, nº de créditos o asignaturas matriculadas, no solicitar intercambio de asignaturas suspendidas y que el período de intercambio coincida con el indicado en los convenios firmados.

Una vez concedido el intercambio se debe cumplimentar el Acuerdo Académico donde figurarán las asignaturas a cursar en la Universidad de destino y su equivalente en la Universidad de origen, será firmado por el Coordinador y el Director/Decano del Centro de origen y posteriormente sus homólogos al incorporarse el alumno al Centro de destino.

Este programa de movilidad está apoyado por el Ministerio de Educación y Ciencia con la convocatoria de becas SÉNECA. Para optar a esta beca tanto los alumnos de Ciencias Empresariales como de Turismo deben cumplir los siguientes requisitos:

- Tener una nota media del expediente académico igual o superior a 1,5.

- Que la estancia tenga una duración exacta a la firmada en el convenio con la Universidad elegida.
- Haber obtenido una plaza de movilidad a través del Programa SICUE.

Otras becas ofrecidas por las Universidades y la CRUE completan y facilitan la solicitud de apoyo económico.

El Negociado de Becas de la ULL es quien recibe y tramita las solicitudes y a su vez transmite al Coordinador del Centro el procedimiento de convocatoria anual. El Coordinador tiene como tareas informar y asesorar al alumno en todo el proceso: plazos, contacto con las Universidades de destino, documentación y etapa final de recepción de expediente y redacción de informes del Cuaderno de Becario.

Para consultar la información anual sobre convenios firmados con universidades, titulaciones y normativa, los alumnos pueden acudir a nuestra web: [www.euce.ull.es](http://www.euce.ull.es) en la sección destinada a intercambio SICUE-SÉNECA o también al panel informativo junto a la Conserjería de la Escuela.

A continuación especificamos los convenios vigentes, firmados por iniciativa de la propia Escuela como de los otros centros:

TITULACIÓN	UNIVERSIDAD	ALUMNOS	MESES
Empresariales	Las Palmas de Gran Canaria	2	2 x 9 = 18
Empresariales	País Vasco	2	2 x 9 = 18
Empresariales	Salamanca	1	1x9=9
Turismo	Barcelona	2	2x4=8
Turismo	Girona	2	2 x 9 = 18
Turismo	Illes Balears	2	2 x 9 = 18
Turismo	León	1	1x9=9
Turismo	Las Palmas de Gran Canaria	2	2 x 9 = 18
Turismo	Politécnica de València	4	4 x 9 = 36
Turismo	Rovira i Virgili	2	2 x 9 = 18
Turismo	Valladolid	4	4x 9 = 36

### 5.3. Descripción por módulos y asignaturas

Los objetivos generales, conocimientos y competencias del título, se han estructurado en torno a ocho módulos, en cuyo diseño y desarrollo tuvieron destacada participación los representantes de Instituciones externas que agrupan

a empresas y profesionales del ramo - C.E.O.E- TENERIFE., ASHOTEL, CAMARA DE COMERCIO, INDUSTRIA Y NAVEGACION DE SANTA CRUZ DE TENERIFE – las cuáles han aportado, complementariamente, la siguiente “PROPUESTA DE ACCIONES DE CUALIFICACIÓN DEL GRADO DE TURISMO”:

“Se nos ha pedido desde la Comisión de Elaboración del Plan de Estudios de Grado de Turismo que hagamos una serie de aportaciones respecto a posibles acciones que mejoren y cualifiquen la oferta de estudios de Turismo que estamos diseñando.

Antes de empezar a enumerar acciones, nos gustaría hacer una serie de reflexiones iniciales que justifican y apoyan la propuesta posterior.

- El nuevo grado como una oportunidad de mejora

Los cambios que está sufriendo la Universidad a nivel general, no sólo en nuestro país sino en toda Europa, debemos entenderlos como una oportunidad de seguir mejorando. Esto no quiere decir que lo hecho hasta ahora no valga, muy al contrario, pero sí parece que no es suficiente para responder a los rápidos y continuos cambios que se están produciendo en nuestra sociedad.

Un reflejo de estos cambios se produce también en la actividad turística, donde intervienen diferentes sectores y agentes y donde los cambios en los gustos de la demanda, junto a los desafíos de nuevos competidores y productos, marcan una dinámica tendencia.

El grado de turismo que estamos a punto de formalizar debe de ser ambicioso en sus planteamientos, de manera tal que debe aspirar a responder a las demandas actuales y futuras del sector turístico. Estamos de acuerdo con que los cambios, para que sean aceptados, deben ser graduales, pero no tibios. Todo cambio para mejorar genera esfuerzo al principio, pero sus resultados bien merecen la pena. Si todos los implicados: profesores, alumnos, PAS, la universidad como institución y las empresas, hacemos un planteamiento de mejora, aportando nuevas ideas, a buen seguro que tendremos un Grado de Turismo mejor. De este esfuerzo nos beneficiaremos todos; los alumnos y

alumnas saldrán mejor preparados, las empresas, gracias a ellos, serán más y mejor productivas, la riqueza generada será mejor distribuida en la sociedad y, por supuesto, la Universidad gozará de mayor prestigio por la calidad de sus docentes y de sus alumnos. Por tanto, todos ganamos.

Por supuesto que no aspiramos a formar “especialistas en”, ese no puede ser el objetivo de un grado, pero sí creemos necesaria que se incorporen algunas asignaturas y conocimientos de aquellos subsectores turísticos donde el alumno tiene mayor probabilidad de acabar trabajando, teniendo en cuenta su formación y la configuración empresarial que tiene nuestro territorio. Y según nos transmiten las empresas turísticas a las que representamos, los alumnos diplomados en turismo adolecen de un mejor conocimiento de la realidad empresarial y de mayores conocimientos de idiomas.

Lo que pretendemos es abrir los ojos al alumn@ sobre qué opciones profesionales puede encontrar al acabar sus estudios, que las conozca al menos superficialmente para que pueda elegir con mejor criterio.

A nuestro juicio, hay tres grandes subsectores: alojamiento y restauración, intermediación y oferta complementaria (si bien esta última recoge a un conjunto muy grande de actividades que convendría acotar y delimitar) que hemos incluido estas asignaturas en el bloque de producción que recoge el título.

Entendemos la propuesta de los profesores que argumenta que parte de los contenidos propuestos en estas asignaturas “llamémoslas de especialización” se imparten actualmente en algunas asignaturas de la diplomatura. Bien, pero no es menos cierto, o al menos se nos antoja difícil entender cómo se pueden explicar procesos en la industria alojativa sin ver un hotel por dentro, cómo se organiza, cuáles son sus estructuras de trabajo, ... De igual forma ocurre para el caso de la intermediación o de la oferta complementaria.

Por tanto, si esos conocimientos impartidos en el aula se pueden (y nosotros afirmamos que se deben) complementar con una presencia activa y cercana a la mencionada tipología de empresas, ya estamos haciendo algo para mejorar la formación.

Lo que sí que no nos parece acertado es que frente a la posibilidad de no impartir estas asignaturas de especialización, ese hueco sea ocupado íntegramente por otras materias cuya orientación académica y profesional, no sea tan determinante como las que se pretende dejar de impartir.

Dicho esto, procedemos a realizar las aportaciones de mejora y cualificación para el Grado de Turismo de la Universidad de La Laguna:

a.- Plan Universitario de Empleo (PUDE).

La Universidad dispone actualmente de un Plan Universitario de Empleo (PUDE). Se trata de un conjunto de acciones dirigidas a estudiantes y recién titulados para la mejora de su empleabilidad. Se podría programar varias acciones a lo largo del año que permitan al alumn@ mejorar sus conocimientos de la realidad empresarial turística. Estos cursos o seminarios se podrían incluso impartir en empresas, de tal forma que la integración fuera total.

b.- Acuerdos con entidades

El propio Rector de la Universidad en la aprobación del presupuesto 2008 (15 de enero de 2008) precisó que “la ULL debe captar más recursos propios” para lo que solicitó la colaboración de toda la comunidad universitaria.

Desde un punto de vista de captación de recursos, la ULL es responsable de la formación académica de miles de alumnos que cada año salen al mercado de trabajo. Ésta puede ser una buena baza a jugar de cara a establecer alianzas con empresas e instituciones a las que brindarle la posibilidad de seleccionar alumn@s para sus cuadros profesionales a cambio de ofrecer a la ULL recursos, bien sea económicos o materiales que permitan realizar mejoras en la formación. La firma de acuerdos puede ser una buena forma de llevar esto a cabo.

c.- Uso de recursos disponibles

Si antes comentábamos la necesidad de explicar al alumno ciertos contenidos en las llamadas “asignaturas de especialización”, tenemos un buen ejemplo en el Hotel Escuela de Santa Cruz. Esta instalación, situada a menos de 7 km de la Universidad, bien podría ser objeto de un acuerdo que permitiera a los alumn@s

de turismo universitarios conocer la realidad de funcionamiento de un hotel, tanto en su parte productiva como de enseñanza. Se trata de una institución pública de enseñanza, al igual que la Universidad y también dependiente del Gobierno de Canarias, luego no debería ser muy complicado el articular fórmulas de colaboración. No hacerlo sería un claro ejemplo de despilfarro de recursos públicos.

#### d.- Prácticas en empresas

Hemos propuesto la implementación de un programa de formación de tutores de empresa que permita la mejora sistemática de las prácticas de los alumn@s, tanto en contenidos como en seguimiento. Sentando las bases para una buena selección de empresas, encuentros previos de alumnos con las empresas, formación de tutores e interacción tutor universidad con tutor empresa y alumno, a buen seguro que conseguiremos unas prácticas no sólo formativas, sino que también contribuyan a la futura inserción profesional del alumn@.

#### e.- Contenidos prácticos de las asignaturas

Se ha comentado también la posibilidad que la parte práctica de algunas asignaturas se realice en coordinación con empresas. Esta es también una magnífica oportunidad de acercar nuevamente la realidad empresarial.

En el sector empresarial existen no sólo buenos profesionales sino que también algunos de ellos tienen capacidad docente, lo que facilita sin lugar a dudas este objetivo.

Se puede también articular un sistema de prácticas basado en “el método del caso”. El alumn@ debe resolver, con los conocimientos adquiridos, un caso, un problema planteado que responde a una posible situación empresarial. Acudiendo a un tutor de empresa previamente asignado, éste podrá asesorarle en las posibilidades que tiene para su resolución. La interacción con el profesor contribuye a utilizar un método de trabajo en la resolución del problema al que se enfrenta.

#### f.- Programa de visitas a empresas

Este es un elemento que bien organizado también contribuye positivamente a la formación del alumnado. Los costes, tanto logísticos como de organización, no deberían representar un problema para su realización.

Con una buena preparación previa (datos sobre la empresa, relación con los contenidos que se imparten en el aula,...) se pueden lograr importantes mejoras.

- Conclusión

Todas estas iniciativas, algunas más, otras menos originales se han hecho con el simple objetivo de contribuir a la mejora de la formación de los alumnos futuros de turismo de la Universidad de La Laguna.

Como prácticamente ninguna de ellas tiene encaje como asignaturas, propiamente dichas, dentro del plan de estudio, que se conviertan en realidad es UNA CUESTIÓN DE COMPROMISO DE TODOS LOS IMPLICADOS: PROFESORES, ALUMNOS, ULL Y EMPRESAS.

Por nuestra parte, creo que hemos dado testimonio claro y evidente de querer apoyar con nuestra participación y aportación en todo el proceso de diseño del plan de estudio la mejora de la formación académica, pero ahora es cuestión de aunar voluntades y de asumir responsabilidades.

Para que estas ideas se conviertan en realidad es necesario un compromiso formal y también el designar unos responsables, pues los proyectos son personas, no papeles. De nada servirá firmar un macro-convenio Universidad – Empresa si detrás no hay claramente definidos individuos que lo lleven a buen término, si no hay profesores, alumnos y técnicos por parte de empresas dispuestos a dinamizarlos.”

Como se verá, hemos optado por una concepción de módulo como agrupación de materias y asignaturas afines según una perspectiva disciplinar. Los ocho módulos en torno a los cuales se estructuran las materias y asignaturas<sup>3</sup> son los siguientes:

---

<sup>3</sup> En el Anexo se recogen las fichas por asignatura con sus correspondientes objetivos, descriptores, contenidos y competencias

1. Fundamentos del Turismo
2. Gestión de Empresas Turísticas
3. Destinos Turísticos
4. Producción de Servicios Turísticos
5. Recursos Turísticos
6. Idiomas
7. Prácticas Externas
8. Proyecto de Fin de Grado

La asignación de créditos por módulos o materias formativas es la siguiente:

Tabla 2

MÓDULOS	ECTS			
	Básica común	Básica específica	Obligatoria	Optativa*
Fundamentos del turismo	24	6	12	
Gestión de empresas turísticas	6	6	30	6
Producción de servicios turísticos			24	12
Recursos turísticos	6		24	
Destinos turísticos			24	6
Idiomas		12	30	
Prácticas Externas			18	
Proyecto de Fin de Grado			6	
<b>ECTS TOTALES (240)</b>	<b>36</b>	<b>24</b>	<b>168</b>	<b>12+12</b>

\*Oferta de 24 créditos optativos a elegir 12 créditos (2 asignaturas optativas de 6 créditos cada una)

La configuración del plan de estudios queda recogida en la tabla 3:

El total de asignaturas que el alumno deberá de superar para obtener el título aparecen agrupadas estas materias formativas para las que se han definido las competencias específicas asociadas (mirar epígrafe 3).

Por otro lado, y en función del enfoque fundamentalmente práctico que queremos darle a este título se ha puesto especial atención en que cada asignatura propuesta respete el 40% de experimentalidad establecido en las

Directrices Generales para el Diseño de Títulos de Grado de la Universidad de La Laguna.

Por último se asignará a las Prácticas de Empresa un total de **18** créditos y al Trabajo de Fin de Grado **6** créditos:

Prácticas Externas: Obligatoriamente el alumno deberá cubrir un total de **18** créditos de prácticas externas. El programa de prácticas tendrá carácter presencial en empresas, entidades y organismos vinculados a todos los sectores de la economía regional, y lo desarrollarán los alumnos durante el último curso académico, previa firma de los diferentes acuerdos y convenios con las empresas, entidades y organismos correspondientes. La finalidad es proporcionar a los futuros graduados una formación integral que les permita afrontar con garantías los requerimientos del mercado laboral y complementar su formación con el conocimiento del entorno empresarial. La Escuela Universitaria de Ciencias Empresariales tiene una importante trayectoria en la gestión y control de las prácticas externas<sup>4</sup>, dónde la tutorización de los alumnos en prácticas es una de sus grandes fortalezas.

Trabajo de Fin de Grado: Los alumnos deberán realizar un trabajo de Fin de Grado en el último curso de la titulación, consistente en la realización de un Proyecto de Creación de Empresa, equivalente a **6** ECTS. Con este trabajo el alumno podrá poner en práctica a través de un proyecto de simulación de creación de empresa todos los contenidos que ha ido asimilando a lo largo de la titulación, además de servir como alternativa de inserción laboral.

---

<sup>4</sup> La gestión y control de las prácticas externas se lleva a cabo en la Escuela Universitaria de Ciencias Empresariales por el GOICT (Gabinete de Orientación e Inserción Laboral en Centros de Trabajos) compuesto por más de diez profesores que realizan las labores de tutorización y orientación en esta asignatura.

Tabla 3

		CRÉDITOS DE FORMACIÓN BÁSICA						ECTS		
		BÁSICA COMÚN	ECTS	BÁSICA ESPECÍFICA	ECTS	OBLIGATORIA (Ob) /	OPTATIVAS* (Op)	Op	Ob	
FUNDAMENTOS	Derecho Privado	6	Antropología del Turismo	6	Derecho Administrativo del Turismo			6		
	Economía	6				Estructura de Mercados			6	
	Técnicas	6								
	Estadísticas	6								
	Sociología	6								
		24		6				12		
GESTIÓN	Administración de Empresas	6	Derecho Mercantil y Financiero	6	Gestión Financiera de Actividades Turísticas			6		
						Dirección de Empresas Turísticas			6	
						Gestión de RRHH en la Empresa Turística			6	
						Contabilidad Financiera			6	
						Marketing Turístico				
						Habilidades psicosociales para el desempeño profesional en turismo (Optativa)			6	
		6		6			6	30		
DESTINOS	Geografía del Mundo Actual	6			Política Turística			6		
					Promoción de Destinos y Productos Turísticos			6		
					Dirección Estratégica de la Actividad Turística			6		
					Interpretación del Patrimonio Geográfico			6		
					Desarrollo Sostenible del Destino Turístico (Optativa)			6		
		6		-			6	24		
PRODUCCIÓN					Contabilidad para el Cálculo y el Control de Costes			6		
					Planificación y Gestión Territorial de Destinos Turísticos			6		
					Operaciones y Procesos de Producción			6		
					Sistemas de Información para la Gestión de la Empresa Turística (Optativa)			6		
					Sistemas de Información para la Gestión de la Empresa Turística (Optativa)			6		
					Investigación Comercial			6		
		-		-			12	24		
RECURSOS					Tecnología de la Información Geográfica Orientada al Análisis y Diagnóstico de los Recursos Turísticos					
					Gestión Pública de los Recursos Turísticos					
					Patrimonio Cultural					
					Patrimonio Arqueológico e Histórico Artístico					
			-		-				24	
IDIOMAS			Inglés para la Comunicación Turística I	6	Inglés para la Comunicación Turística II			6		
					Inglés para la Comunicación Turística III			6		
					Inglés para la Comunicación Turística IV			6		
					Alemán para la Comunicación Turística II			6		
					Alemán para la Comunicación Turística III			6		
				Alemán para la Comunicación Turística I	6					
		-		12				30		
PRÁCTICAS					Departamento de Economía y Dirección de Empresas			9		
					Departamento de Geografía			9		
		-		-				18		
PROYECTO					Líneas de investigación: - Fundamentos del Turismo - Gestión de Empresas Turísticas - Gestión de Destinos - Producción de Servicios Turísticos - Recursos - Gestión de Destinos					
								6		

\*Oferta de 24 créditos optativos a elegir 12 créditos (2 asignaturas optativas de 6 créditos cada una)

La vertebración de estas materias, en módulos y en asignaturas nos va a permitir organizar y programar todos los contenidos y competencias a lo largo de los cuatro cursos académicos.

Por aplicación del Acuerdo del Consejo de Gobierno de la Universidad de La Laguna, se sustituyó la Materia Básica Común COMUNICACIÓN por EMPRESA, quedando como M. B. C. DERECHO, SOCIOLOGIA, GEOGRAFIA, EMPRESA, ECONOMÍA Y EMPRESA.

Según lo dispuesto en Capítulo III, artículo 12 del Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales, al menos 36 créditos estarán vinculados a algunas de las materias que figuran en el anexo II de dicho Real Decreto para la rama de conocimiento a la que se pretenda adscribir el título y los créditos restantes hasta 60, en su caso, deberán estar configurados por materias básicas de la misma u otras ramas de conocimiento de las incluidas en el anexo II, o por otras materias siempre que se justifique su carácter básico para la formación inicial del estudiante o su carácter transversal:

FORMACIÓN BÁSICA	MATERIAS
BÁSICA COMÚN	
Derecho Privado	Derecho
Economía	Economía
Técnicas Estadísticas	Estadística
Sociología	Sociología
Administración de Empresas	Empresa
Geografía del Mundo Actual	Geografía
BÁSICA ESPECÍFICA	
Antropología del Turismo	Antropología
Derecho Mercantil y Financiero	Derecho
Inglés para la Comunicación Turística I	Idioma Moderno
Alemán para la Comunicación Turística I	Idioma Moderno

5.1.3. Planificación temporal de las enseñanzas

Tabla 4

CUATRIMESTRE							
Primer	Segundo	Primer	Segundo	Primer	Segundo	Primer	Segundo
PRIMER CURSO		SEGUNDO CURSO		TERCER CURSO		CUARTO CURSO	
Economía	Geografía del mundo actual	Interpretación del Patrimonio Geográfico	Contabilidad Financiera	Contabilidad para el Cálculo y Control de Costes	Planificación y Gestión Territorial de Destinos Turísticos	Proyecto de Fin de Grado	Prácticas Externas
Técnicas Estadísticas	Antropología del Turismo	Alemán para la Comunicación Turística I	Alemán para la Comunicación Turística II	Alemán para la Comunicación Turística III	Gestión de Recursos Humanos en la Empresa Turística	Gestión Financiera de Actividades Turísticas	
Sociología	Inglés para la Comunicación Turística I	Inglés para la Comunicación Turística II	Inglés para la Comunicación Turística III	Inglés para la Comunicación Turística IV	Gestión Pública de los Recursos Turísticos	Patrimonio Arqueológico e Histórico – Artístico	
Administración de Empresas	Estructura de Mercados	Patrimonio Cultural	Dirección de Empresas Turísticas	Operaciones y Procesos de Producción	Sistemas de Información para la Gestión de la Empresa Turística	Dirección Estratégica de la Actividad Turística	OPTATIVAS*
Derecho Privado	Derecho Mercantil y Financiero	Marketing Turístico	Derecho Administrativo del Turismo	Investigación Comercial	Promoción de Destinos y Productos Turísticos	Política Turística	

\* Desarrollo Sostenible del Turismo  
 Tecnología de la Información Geográfica Orientada al Análisis y Diagnóstico de los Recursos Turísticos  
 Tecnología de la Información Geográfica Orientada a la Gestión del Destino Turísticos  
 Habilidades Psicosociales para el Desempeño Profesional del Turismo

- Actividades formativas, sistema de evaluación y sistema de calificaciones

La elaboración del plan de estudios del Grado en Turismo se ha fundamentado en la máxima de que la docencia es de calidad si logra desarrollar competencias en el estudiante. Para ello es requisito indispensable que el claustro de profesores o las comisiones correspondientes establezcan los procedimientos que deberán ser seguidos durante el desarrollo del aprendizaje de los estudiantes y los procedimientos aplicables al estudio de los resultados obtenidos. Los métodos docentes y el sistema de evaluación son ejes de esos procesos y de los resultados previsibles. Hablar de una metodología docente y evaluativo fundamentada en competencias supone dominar ese eje ahora prioritario: la competencia.

- Componentes y subcomponentes de una competencia.

#### 1. Conocimientos

Adquisición sistemática de conocimientos, clasificaciones, teorías, etc. relacionados con materias científicas o área profesional.

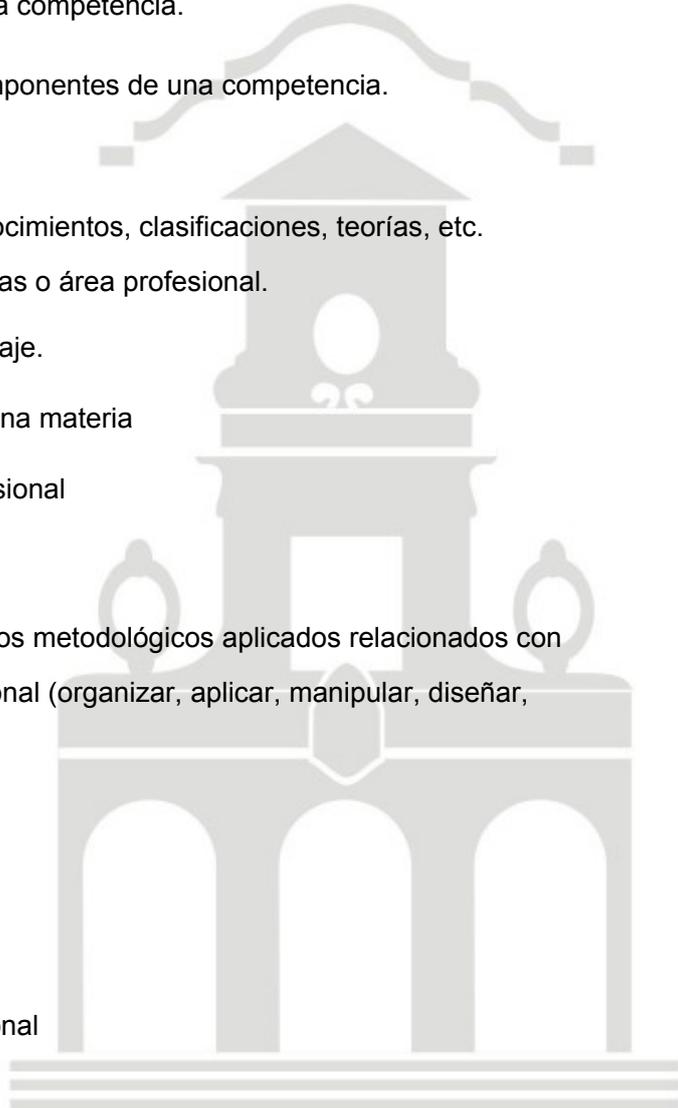
- 1.1. Generales para el aprendizaje.
- 1.2. Académicos vinculados a una materia
- 1.3. Vinculados al mundo profesional

#### 2 Habilidades y destrezas

Entrenamiento en procedimientos metodológicos aplicados relacionados con materias científicas o área profesional (organizar, aplicar, manipular, diseñar, planificar, realizar...).

- 2.1. Intelectuales
- 2.2. De comunicación
- 2.3. Interpersonales
- 2.4. Organización/gestión personal

#### 3. Actitudes y valores



Actitudes y valores necesarios para el ejercicio profesional: responsabilidad, autonomía, iniciativa ante situaciones complejas, coordinación, etc...

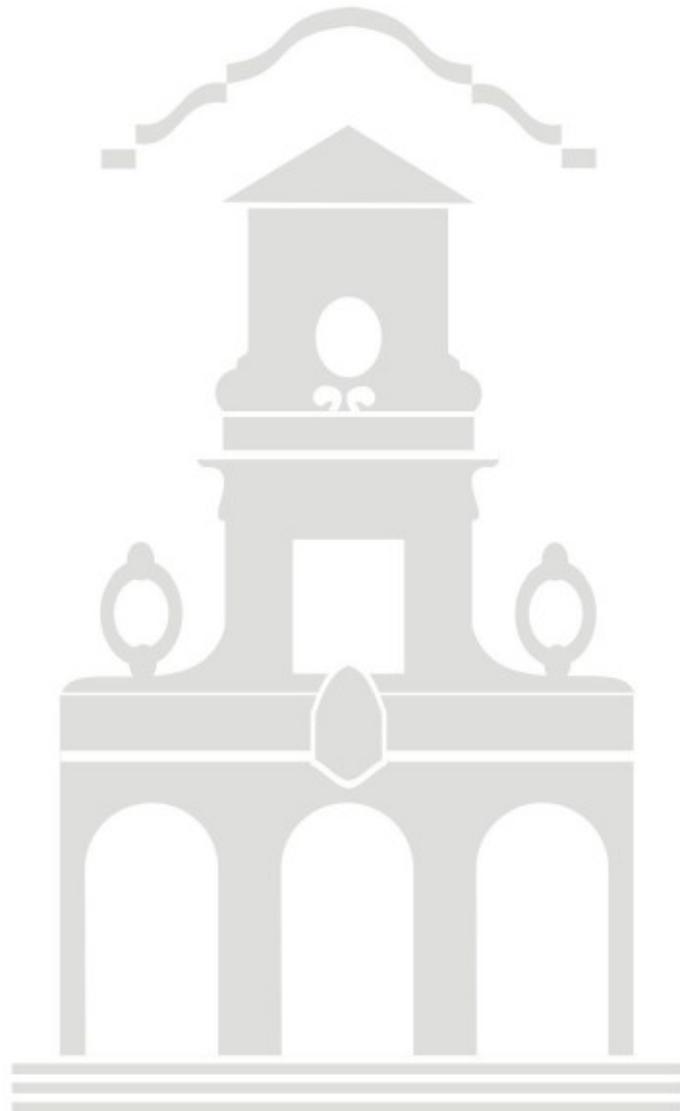
3.1. De desarrollo profesional

3.2. De compromiso personal

En la siguiente tabla presentamos el listado de competencias genéricas (mirar el desglose de las competencias genéricas en disciplinarias y profesionales – páginas 62 a 78 - ) una vez simplificada y revisada la tabla de la Memoria originaria (página 50) teniendo en cuenta las indicaciones de la ANECA:

COMPETENCIAS GENÉRICAS
Comprender los principios del turismo: su dimensión espacial, social, cultural, política, laboral y económica
Analizar la dimensión económica del turismo
Comprender el carácter dinámico y evolutivo del turismo y de la nueva sociedad del ocio
Conocer las principales estructuras político - administrativas turísticas
Convertir un problema empírico en un objeto de investigación y elaborar conclusiones
Tener una marcada orientación de servicio al cliente
Reconocer los principales agentes turísticos
Evaluar los potenciales turísticos y el análisis prospectivo de su explotación
Analizar, sintetizar y resumir críticamente la información económico –patrimonial de las organizaciones turísticas
Gestionar los recursos financieros
Definir objetivos, estrategias y políticas comerciales
Dirigir y gestionar (management) los distintos tipos de entidades turísticas
Manejar técnicas de comunicación
Comprender el marco legal que regula las actividades turísticas
Trabajar en inglés como lengua extranjera
Comunicarse de forma oral y escrita en una segunda lengua extranjera
Identificar y gestionar espacios y destinos turísticos
Gestionar el territorio turístico de acuerdo con los principios de sostenibilidad
Conocer el procedimiento operativo del ámbito de alojamiento
Conocer el procedimiento operativo del ámbito de restauración
Conocer los procedimientos operativos de las empresas de intermediación
Analizar los impactos generados por el turismo
Utilizar y analizar las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) en los distintos ámbitos del sector turístico
Comprender un plan público y las oportunidades que se derivan para el sector privado

Planificar y gestionar los recursos humanos de las organizaciones turísticas
Comprender el funcionamiento de los destinos, estructuras turísticas y sus sectores empresariales en el ámbito mundial
Conocer los objetivos, la estrategia y los instrumentos públicos de la planificación
Trabajar en medios socioculturales diferentes
Conocer las principales iniciativas de puesta en valor del patrimonio cultural
Comprender las características de la gestión del patrimonio cultural
Detectar necesidades de planificación técnica de infraestructuras e instalaciones turísticas



Atendiendo a las indicaciones de la ANECA, la CTD T apoyada por la CEPEG, acuerda la inclusión de la asignatura Desarrollo Sostenible del Turismo cuyo contenido (mirar ficha de la asignatura en el ANEXO) aborda competencias relativas al turismo y la sostenibilidad ambiental.

Con relación a este tema, desde el comienzo del diseño de este Título, todos los actores implicados en la elaboración del mismo (profesorado, alumnado, agentes externos, PAS, entre otros) coincidieron en señalar que los contenidos relacionados con el respeto a la conservación del entorno natural, la sostenibilidad, la capacidad de carga, la responsabilidad social y la ética profesional debían aparecer recogidas dentro de las competencias del Título. En este sentido y, atendiendo a las competencias relativas al turismo y la sostenibilidad ambiental, se definieron las competencias nº 19 (Gestionar el territorio turístico de acuerdo con los principios de sostenibilidad) y nº 23 (Analizar los impactos generados por el turismo) las cuáles se encuentran ampliamente representadas en el Proyecto de Grado tal y como queda reflejado en los descriptores y habilidades y destrezas que se recogen en las fichas de las asignaturas que se presentaron en el ANEXO 1 (páginas 164 a 222) del Proyecto de Grado en Turismo por la ULL. De forma específica, hemos recopilado los descriptores y habilidades y destrezas relativas al turismo y la sostenibilidad ambiental:

#### M1. Módulo 1 – Fundamentos del Turismo

##### Asignatura: Antropología del Turismo

##### Destrezas:

- Toma de decisiones sobre la puesta en uso turístico de recursos naturales y socioculturales y la afección posible a las poblaciones implicadas.

##### Asignatura: Derecho Administrativo del Turismo

##### Competencias:

- Asimilación de los medios y técnicas de intervención pública en los sectores de actividad económica: la ordenación sustantiva del turismo en Canarias, y su interrelación con el régimen de los recursos esenciales: suelo, ordenación del territorio y medio ambiente.

Descriptores:

- La ordenación del territorio. La planificación del suelo turístico. Clases de planes y normas urbanísticas. Aprobación, modificación y revisión.
- La edificación: la licencia urbanística. La disciplina urbanística: protección de la legalidad, infracciones y sanciones.
- Las Directrices de Ordenación del Turismo.
- Un régimen singular: La Ley de Medidas de ordenación Territorial de la actividad Turística en las Islas de El Hierro, La Gomera, y La Palma.

M2. Módulo 2 - Gestión de Empresas Turísticas

Asignatura: Administración de Empresas

Descriptores:

- La ética empresarial y la responsabilidad social corporativa.

M3. Módulo 3 – Destinos Turísticos

Asignatura: Geografía del Mundo Actual

Descriptores:

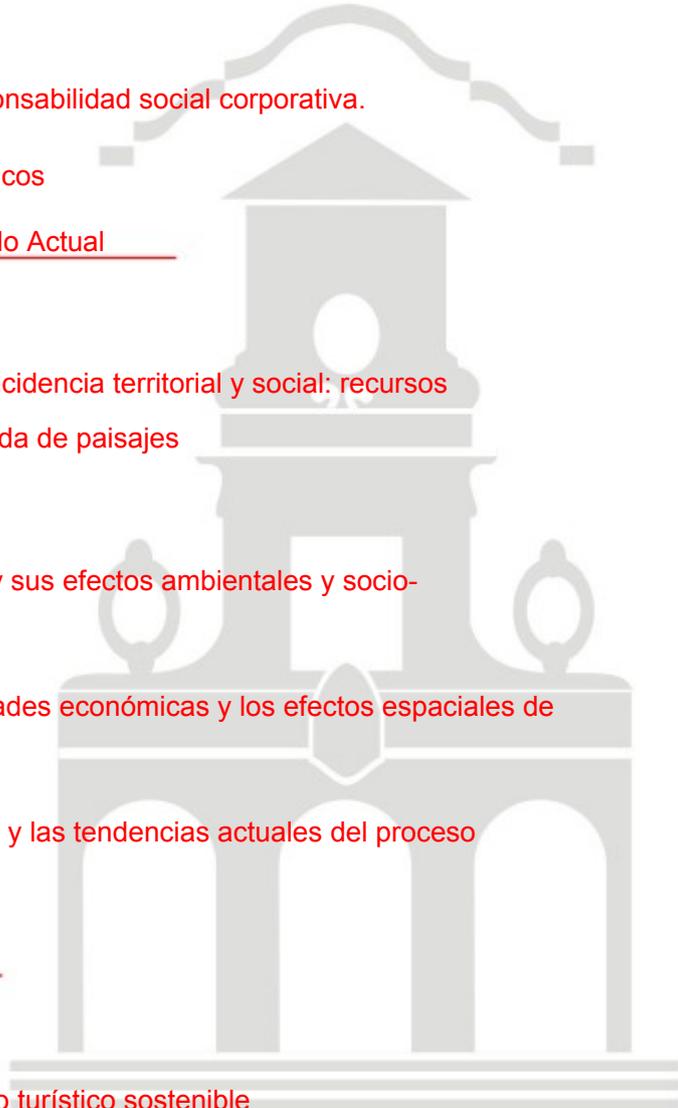
- La alteración ambiental y su incidencia territorial y social: recursos naturales, cambio climático y pérdida de paisajes
- Riesgos naturales y sociedad.
- Los contrastes demográficos y sus efectos ambientales y socio-económicos.
- La organización de las actividades económicas y los efectos espaciales de la globalización.
- Las transformaciones urbanas y las tendencias actuales del proceso urbanizador.

Asignatura: Política turística

Competencias:

- Conocer políticas de desarrollo turístico sostenible

Habilidades y Destrezas:



- Reconocimiento de la diversidad y multiculturalidad
- Compromiso Ético
- Sensibilidad hacia temas medioambientales

#### M4. Módulo 4 – Producción de Servicios Turísticos

##### Asignatura: Planificación y gestión territorial de destinos turísticos

###### Descriptor:

- Gestión sostenible del turismo
- Políticas, programas y planes de ordenación territorial del turismo
- Planificación del uso público en las áreas protegidas

##### Asignatura: Operaciones y procesos de producción

###### Habilidades y Destrezas:

- Sensibilidad hacia temas ambientales

#### M5. Módulo 5 - Recursos Turísticos

##### Asignatura: Interpretación del patrimonio geográfico

###### Habilidades y Destrezas:

- Capacidad para prever los efectos positivos y negativos del uso turístico sobre el medio geográfico

###### Competencias profesionales:

- Desarrollar capacidades para organizar y planificar situaciones y usos turísticos respetuosos con la naturaleza y la cultura
- Promover el desarrollo de aptitudes y habilidades para un comportamiento ético en la actividad profesional
- Conocer los principios de la gestión sostenible del espacio geográfico de cara a su promoción turística

###### Descriptor:

- La explotación sostenible del turismo de senderismo y su contribución al desarrollo local

Asignatura: Gestión Pública de los recursos turísticos

Competencias:

- Conocer los principios, reglas y los procedimientos del desarrollo turístico sostenible
- Identificar las características de los modelos turísticos y su incidencia medioambiental y cultural
- Conocer las acciones públicas que han de garantizar el uso turístico y la conservación de los bienes del patrimonio

Habilidades y Destrezas:

- Reconocimiento de la diversidad y multiculturalidad
- Compromiso Ético
- Sensibilidad hacia temas medioambientales

Descriptor:

- Gestión Pública del turismo sostenible: técnicas e instrumentos
- Política Medioambiental Turística
- Gestión sostenible de los Recursos Turísticos

Asignatura: Patrimonio Arqueológico e Histórico-Artístico

- Desarrollar una sensibilidad hacia el patrimonio arqueológico e histórico-artístico y su problemática, convirtiéndose en transmisor de la necesidad de su conservación.
- Analizar los riesgos del turismo para el patrimonio arqueológico e histórico-artístico, mediante análisis de capacidad de carga u otras metodologías.
- Promover la conservación, valoración y difusión del patrimonio arqueológico e histórico-artístico.

Descriptor:

- Modelos de aplicación para la recuperación del legado urbanístico y arquitectónico con fines turísticos.

M6. Módulo 6 - Idiomas

Asignatura: Inglés para la Comunicación Turística II

Habilidades y Destrezas:

- Ser capaz de preparar presentaciones orales centradas en productos turísticos o en recomendaciones sobre sostenibilidad ambiental aplicadas al sector, partiendo de una buena fundamentación y con el grado de formalidad requerido.

Asignatura: Inglés para la Comunicación Turística IV

Habilidades y Destrezas:

- Usar la lengua inglesa como herramienta de reflexión acerca de los nuevos productos turísticos, poniendo especial énfasis en todos aquellos aspectos que tengan que ver con la sostenibilidad medioambiental y el respeto a la diversidad cultural.

Módulo - Asignatura: Proyecto de Fin de Grado

Descriptor - Ámbitos de trabajo:

- Ordenación territorial sostenible del destino turístico

Las propuestas didácticas inherentes al plan de estudios elaborado implican al total de las asignaturas y actividades prácticas incluidas. El conjunto curricular responde a los criterios siguientes:

- Enseñanza programada: la enseñanza se presenta en una secuencia lógica y gradual de modo que todas las variables que intervienen en el proceso de enseñanza y aprendizaje están organizadas a partir de unos objetivos señalados, de modo que el estudiante pueda aprender por sí mismo, sin necesidad de ayuda y siguiendo su propio ritmo de aprendizaje.

- Enseñanza modular: se considera una variante de la enseñanza programada. La enseñanza se articula a través de bloques o unidades básicas con entidad y estructura completa en sí mismos y ofrecen una guía de aprendizaje siguiendo unas pautas preestablecidas.

- Aprendizaje autodirigido: el estudiante asume la responsabilidad de su propio aprendizaje a lo largo de todas sus fases, ordinariamente determinado por un contrato de aprendizaje, negociado y pactado entre profesor y

estudiante en torno a los objetivos de aprendizaje, los criterios de evaluación y las evidencias de los logros.

- Investigación: este método de enseñanza práctica requiere al estudiante identificar el problema objeto de estudio, formularlo con precisión, desarrollar los procedimientos pertinentes, interpretar los resultados y sacar conclusiones oportunas del trabajo realizado.

- Tutoría académica: el profesor guía y orienta en múltiples aspectos académicos al estudiante ajustando la enseñanza a sus características personales para la consecución de los aprendizajes establecidos.

La dimensión social del proceso didáctico y los modelos de enseñanza recomendados en unos estudios como los de Turismo, incluye los métodos señalados a continuación:

– La lección tradicional, polarizada en el docente, es el recurso idóneo en aquellas partes de las asignaturas cuyo fundamento es transmitir; la enseñanza se canaliza a través del lenguaje oral, los alumnos aprenden en bloque y a un ritmo que todos han de seguir.

– El método del caso, y su variante el método del incidente, es igualmente apropiado en los estudios de Turismo dado que permite la descripción de situaciones reales o hipotéticas que deben ser estudiada de forma analítica y exhaustiva para que se encuentre la solución o soluciones a la situación planteada, o para que el alumno tome las decisiones conforme a la situación descrita y analizada.

– Enseñanza por centro de interés: la dinámica profesional del sector Turístico aconseja recurrir a esta metodología docente, basada en el trabajo con diversos grupos de alumnos que desarrollan su actividad en torno a un tema o tarea. La distribución de los temas entre los grupos se hace libremente.

– Seminarios: aunque la Escuela Universitaria de Ciencias Empresariales prevé continuar organizando seminarios, jornadas y otras actividades, de modo reforzado con el compromiso adquirido con las Instituciones empresariales y profesionales expuesto más arriba, en cada curso académico, como complemento formativo, también es factible aplicar en determinadas asignaturas la enseñanza en pequeños grupos con interés y nivel de formación

comunes. Permite investigar de forma colectiva un tema especializado, acudiendo a fuentes de información.

- La tutoría entre iguales permite que un estudiante más aventajado enseña a otro que arrastra deficiencias, bajo la supervisión del profesor.

- El grupo pequeño de trabajo y el aprendizaje cooperativo le permiten al profesor programar la consecución de los objetivos de aprendizaje por los estudiantes a partir de una propuesta de trabajo determinada.

- La aplicación del enfoque globalizado a los estudios de Turismo permite a los profesores aglutinar los métodos que pueden abordar interdisciplinariamente la realidad. La estructura curricular del plan de estudios de Grado de Turismo diseñado incluye la realización de un Trabajo fin de Grado y de Prácticas en Empresa obligatorias; esta circunstancia requerirá del profesor recurrir a métodos docentes complementarios y adecuados a estas nuevas actividades discentes, como son:

- El proyecto e informe, como trabajo globalizador, individual o grupal, realizado por los estudiantes en función de sus intereses formativos y profesionales. El profesor deberá orientarle, resolverle las dudas e incentivarle para la consecución de las metas del trabajo.

- Varias asignaturas contempladas en el plan de estudios son adecuadas para recurrir a la metodología didáctica interdisciplinar de la resolución de problemas, aplicada en la identificación de situaciones problemáticas, en la definición de sus parámetros y en la formulación de soluciones alternativas por parte de los estudiantes.

La diversidad de los métodos de enseñanza ofrece al profesorado de los estudios de Turismo una gama de estrategias didácticas aplicable en diversas situaciones del proceso de enseñanza-aprendizaje, según los objetivos cognitivos y capacitados que se intentan conseguir, en consonancia con la realidad profesional que deberá afrontar el estudiante.

Contemplanlos en la programación de cada curso permitirá determinar la posibilidad de intervención del profesorado en cada materia. Los objetivos guían la elección de los métodos de enseñanza, las actividades de aprendizaje

de los alumnos y los sistemas de evaluación. Con frecuencia será necesario combinar distintos métodos

Con objeto de conseguir las competencias fijadas en la propuesta formativa. Esta multiplicidad de métodos aparece como un recurso más fructífero en la renovación didáctica de la enseñanza universitaria del Turismo.

Queda, pues, patente la distinción entre los dos grandes tipos de asignaturas que deberán cursar los alumnos de Turismo de la Universidad de La Laguna, sin perjuicio de constatar que unas serán aplicación directa y global de los conocimientos, competencias, destrezas y habilidades adquiridos en las otras:

1. Las asignaturas teórico-prácticas, adecuadas a los objetivos y capacidades planteados en cada asignatura. Contemplan garantizar el aprendizaje de los conocimientos, las competencias, habilidades y destrezas asignados a cada una, en consonancia con la capacitación profesional propia con el nivel de Grado. Con este objetivo, la metodología docente aplicada a las asignaturas fundamentales básicas y obligatorias aspira a favorecer el pensamiento creativo y crítico, enseñando a aprender a fin de superar el objetivo de enseñar sólo conocimientos para pasar a priorizar la adquisición de competencias mediante la instrucción en las capacidades, habilidades y destrezas exigidas al profesional de la gestión y dirección de empresas y actividades turísticas, asumidas por el plan de estudios de grado descrito.

La clase magistral conserva un papel importante, aunque no exclusivo, en la exposición y transmisión de los conocimientos teóricos fundamentales de cada asignatura. Es indudable que la lección magistral sigue siendo un método viable para proporcionar a los estudiantes información, conocimientos y experiencias del profesor, sobre todo cuando ellos pueden tardar bastante más tiempo en localizar y seleccionar la documentación por sí mismos.

Deben contemplarse aquí otras técnicas de aprendizaje, tales como las clases teóricas y prácticas apoyadas por material audiovisual (transparencias con retroproyector, diapositivas con cañón proyector, materiales audiovisuales) combinadas con la pizarra para los desarrollos detallados, la aplicación informática al aprendizaje y los trabajos complementarios.

## 2. El Trabajo de Fin de Grado y las Prácticas en Empresas. Ambos

constituyen dos modos apropiados de acercar a los estudiantes a la realidad profesional, además de ponerles en contacto con profesionales y responsables del mundo del Turismo en sus diversas vertientes y como antesala de la inserción laboral prevista.

Se pretende crear un itinerario de aprendizaje sólido que, partiendo de la clase magistral, introduzca mejoras y correcciones que van perfeccionando el proceso global hasta llegar a la evaluación. Este planteamiento tiene por objeto conseguir la mejor calidad de aprendizaje, desarrollando en el alumno cualidades como la independencia, la organización, la autonomía, la responsabilidad, el rigor y la disciplina.



- Metodología de la evaluación: alumnos y profesorado

Es punto de referencia en el plan de estudio elaborado concebir los sistemas de evaluación como un instrumento que guían el aprendizaje del alumno.

Los sistemas de evaluación constituyen el tercer elemento de planificación y ejecución del proceso de enseñanza-aprendizaje. El modelo seguido en el diseño del plan de estudios del Grado en Turismo, acorde con el EEES y la metodología pedagógica asociada, implica un cambio de paradigma al trasladar el centro de atención desde la enseñanza del profesor al aprendizaje del alumno. Como efecto directo de este cambio, los sistemas de evaluación cobran especial protagonismo, ya que son el elemento principal que orienta y motiva el aprendizaje del alumno y la propia enseñanza.

Los principales criterios y procedimientos de evaluación descritos a continuación se estiman como los apropiados para la modalidad de enseñanza propuesta en la Escuela Universitaria de Ciencias Empresariales de la Universidad de La Laguna. Subyace el objetivo de verificar si los alumnos han adquirido las competencias asignadas. El trasfondo es lograr cotas óptimas de eficiencia, eficacia y productividad, respecto al la formación continuada del profesorado de la Escuela y de los alumnos a su cargo. El control de estos aspectos obliga a introducir varios indicadores: de abandono, de eficiencia terminal, de rendimiento, expectativas del egresado, desempeño laboral y aporte efectivo a la sociedad, entre otros.

El centro de atención en la planificación son las competencias que debe adquirir el alumno, rompiendo la práctica tradicional y lineal que va desde la exposición del profesor, el estudio del alumno y su evaluación.

Junto a los criterios de calidad es necesario considerar los objetivos que se persiguen con la evaluación concreta, ya que ello se reflejará en cambios notables en los procedimientos y métodos de evaluación que se utilicen. De este modo, una evaluación basada en los resultados previstos puede realizarse con indicadores más globales y preferentemente de tipo cuantitativo, mientras que una evaluación más centrada en proporcionar información para la mejora deberá hacerse con informaciones más detalladas y con frecuencia de naturaleza cualitativa. Ambas evaluaciones pueden y deben contemplarse.

Entre los sistemas de evaluación interesa mencionar el propósito de fomentar entre el profesorado la herramienta evaluativa portafolios o carpeta digital docente, como método capaz de reflejar la trayectoria docente de un profesor, su actuación y su proyecto de desarrollo, incluyendo la visión personal del profesor sobre sus metas, objetivos y logros. Igualmente, recoge la lógica de la trayectoria docente de un profesor como su proyecto de desarrollo y puede constituir el armazón de su plan de desarrollo continuo. El uso de esta herramienta exige no sólo la formación de los profesores en su elaboración, sino también la de aquellos que deberán tomar decisiones apoyándose en ella.

El modelo de evaluación asociado al plan de estudios elaborado está centrado en las competencias. Por ello los sistemas de evaluación, junto con los métodos docentes, se definen y estructuran según las competencias que los alumnos deberán alcanzar en su desarrollo curricular. Para sintetizar la renovación del sistema evaluativo del alumno, recurrimos a la comparativa entre la evaluación tradicional y la evaluación innovadora, centrada en las competencias mediante las tablas siguientes:

Elementos diferenciales entre la evaluación tradicional y la evaluación centrada en competencias	
EVALUACIÓN TRADICIONAL	EVALUACIÓN COMPETENCIAL
Evaluación limitada	Evaluación auténtica
Evaluación referida a la norma	Evaluación referida al criterio
El profesor único propietario de la evaluación	Los alumnos se apoderan de la de la evaluación
Evaluación final y sumativa	Evaluación continua y formativa
Evaluación mediante un único procedimiento y estrategia	Mestizaje de estrategias y procedimientos evaluativos

Fuente: Mario de Miguel Díaz (2005)

Estrategias evaluativas
Evaluación global al final de periodos amplios de formación (por ejemplo, después de los dos primeros cursos)
Evaluación global al final de la titulación (memoria, proyecto, etc... con equivalencia en créditos, etc.)
Evaluación acumulativa por materias sin evaluación global final ni por periodos amplios
Evaluación acumulativa por materias con evaluación global final y/o por periodos amplios

Fuente: Mario de Miguel (2005)

Procedimientos y técnicas evaluativos	
Pruebas objetivas de elementos,...)	(verdadero/falso, elección múltiple, emparejamiento)
Pruebas de respuesta corta	
Pruebas de respuesta larga, de desarrollo	
Pruebas orales (individual, en grupo, presentación de temas-trabajos,...)	
Trabajos y proyectos	
Informes/memorias de prácticas	
Pruebas de ejecución de tareas reales y/o simuladas	
Sistemas de Autoevaluación (oral, escrita, individual, en grupo).	
Escala de actitudes (para recoger opiniones, valores, habilidades sociales y directivas, conductas de interacción, ...)	
Técnicas de observación (registros, listas de control, ...)	
Portafolio	

Fuente: Mario de Miguel (2005).

En consonancia con la exposición de motivos, el artículo 5.4 referido al nuevo sistema de calificación de los estudios universitarios, Real Decreto 1125/2003, de 5 de septiembre, por el que se establece el sistema europeo de créditos y el sistema de calificaciones en las titulaciones universitarias de carácter oficial y validez en todo el territorio nacional (BOE núm. 224, de 18 de septiembre de 2003), y remitido por Secretaría General de la Universidad de La Laguna a todos los Centros, dispone en su exposición de motivos relativos al sistema de calificaciones, que "Los resultados obtenidos por el alumno en cada una de las materias del plan de estudios se calificarán en función de la siguiente escala numérica de 0 (cero) a 10 (diez), con expresión de un decimal, a la que podrá añadirse su correspondiente calificación cualitativa:

0-4,9: Suspenso (SS)
5,0-6,9: Aprobado (AP)
7,0-8,9: Notable (NT)
9,0-10: Sobresaliente (SB)

En las siguientes tablas se resume la metodología de enseñanza-aprendizaje y el sistema de evaluación por módulos:

<b>M1-MÓDULO 1: FUNDAMENTOS DEL TURISMO</b>	
<b>ASIGNATURAS ASOCIADAS:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>•Derecho Privado</li> <li>•Economía</li> <li>•Técnicas Estadísticas</li> <li>•Sociología</li> <li>•Antropología del Turismo</li> <li>•Derecho Administrativo del Turismo</li> <li>•Estructura de mercados</li> </ul>	
<b>METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE:</b>	
Tipo de actividad	Objetivo de la actividad
Clase teórica magistral	Explicar fundamentos teóricos
Clase práctica de aula	Resolución de problemas
Trabajos individual o en grupo supervisados por el profesor	Resolver aspectos concretos
Virtual	Actividades a través de plataformas virtuales, sitios web, etc.
Seminarios	Debate de textos. Charlas de expertos
Visitas, trabajo de campo	Conocimiento empírico.
<b>SISTEMA DE EVALUACIÓN:</b>	
Tipo de actividad	
Exámenes	
Ejercicios	
Trabajos	
Exposiciones orales	
<b>M2-MÓDULO 2: GESTIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS</b>	
<b>ASIGNATURAS ASOCIADAS:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>•Administración de empresas</li> <li>•Derecho mercantil y financiero</li> <li>•Gestión financiera de empresas turísticas</li> <li>•Dirección de empresas turísticas</li> <li>•Gestión de RRHH en la empresa turística</li> <li>•Contabilidad financiera</li> <li>•Marketing turístico</li> <li>•Habilidades psicosociales para el desempeño profesional en turismo turísticos</li> </ul>	
<b>METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE:</b>	
Tipo de actividad	Objetivo de la actividad
Clase teórica magistral	Explicar fundamentos teóricos
Clase práctica de aula	Resolución de problemas
Trabajos individual o en grupo supervisados por el profesor	Resolver aspectos concretos
Virtual	Actividades a través de plataformas virtuales, sitios web, etc.

Seminarios	Debate de textos. Charlas de expertos
Visitas, trabajo de campo	Conocimiento empírico.
<b>SISTEMA DE EVALUACIÓN:</b>	
Tipo de actividad	
Exámenes	
Ejercicios	
Trabajos	
Exposiciones orales	

<b>M3-MÓDULO 3: DESTINOS TURÍSTICOS</b>	
<b>ASIGNATURAS ASOCIADAS:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>•Geografía del mundo actual</li> <li>•Política turística</li> <li>•Promoción de destinos y productos turísticos</li> <li>•Dirección estratégica de la actividad turística</li> <li>•Interpretación del medio geográfico</li> <li>•Desarrollo sostenible del destino turístico</li> <li>•Tecnología de la información geográfica orientada a la gestión del destino turístico</li> </ul>	
<b>METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE:</b>	
Tipo de actividad	Objetivo de la actividad
Clase teórica magistral	Explicar fundamentos teóricos
Clase práctica de aula	Resolución de problemas
Trabajos individual o en grupo supervisados por el profesor	Resolver aspectos concretos
Virtual	Actividades a través de plataformas virtuales, sitios web, etc.
Seminarios	Debate de textos. Charlas de expertos
Visitas, trabajo de campo	Conocimiento empírico.
<b>SISTEMA DE EVALUACIÓN:</b>	
Tipo de actividad	
Exámenes	
Ejercicios	
Trabajos	
Exposiciones orales	

<b>M4-MÓDULO 4: PRODUCCIÓN DE SERVICIOS TURÍSTICOS</b>	
<b>ASIGNATURAS ASOCIADAS:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>•Contabilidad para el cálculo y el control de costes</li> <li>•Planificación y gestión territorial de destinos turísticos</li> <li>•Operaciones y procesos de producción</li> <li>•Sistemas de información para la gestión de la empresa turística</li> <li>•Investigación comercial</li> </ul>	
<b>METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE:</b>	
Tipo de actividad	Objetivo de la actividad
Clase teórica magistral	Explicar fundamentos teóricos
Clase práctica de aula	Resolución de problemas
Trabajos individual o en grupo supervisados por el profesor	Resolver aspectos concretos
Virtual	Actividades a través de plataformas virtuales, sitios web, etc.
Seminarios	Debate de textos. Charlas de expertos
Visitas, trabajo de campo	Conocimiento empírico.
<b>SISTEMA DE EVALUACIÓN:</b>	
Tipo de actividad	
Exámenes	
Ejercicios	
Trabajos	
Exposiciones orales	
<b>M5-MÓDULO 5: RECURSOS TURÍSTICOS</b>	
<b>ASIGNATURAS ASOCIADAS:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>•Gestión pública de los recursos turísticos</li> <li>•Patrimonio cultural</li> <li>•Patrimonio arqueológico e histórico artístico</li> <li>•Tecnología de la información geográfica orientada al análisis y diagnóstico de los recursos turísticos</li> </ul>	
<b>METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE:</b>	
Tipo de actividad	Objetivo de la actividad
Clase teórica magistral	Explicar fundamentos teóricos
Clase práctica de aula	Resolución de problemas
Trabajos individual o en grupo supervisados por el profesor	Resolver aspectos concretos
Virtual	Actividades a través de plataformas virtuales, sitios web, etc.
Seminarios	Debate de textos. Charlas de expertos
Visitas, trabajo de campo	Conocimiento empírico.
<b>SISTEMA DE EVALUACIÓN</b>	
Tipo de actividad	
Exámenes	

Ejercicios
Trabajos
Exposiciones orales

**M6-MÓDULO 6: IDIOMAS**

**ASIGNATURAS ASOCIADAS:**

- Inglés para la comunicación turística I
- Inglés para la comunicación turística II
- Inglés para la comunicación turística III
- Inglés para la comunicación turística IV
- Alemán para la comunicación turística I
- Alemán para la comunicación turística II
- Alemán para la comunicación turística III

**METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE:**

Tipo de actividad	Objetivo de la actividad
Clase teórica magistral	Explicar fundamentos teóricos
Clase práctica de aula	Resolución de problemas
Trabajos individual o en grupo supervisados por el profesor	Resolver aspectos concretos
Virtual	Actividades a través de plataformas virtuales, sitios web, etc.
Seminarios	Debate de textos. Charlas de expertos

**SISTEMA DE EVALUACIÓN:**

Tipo de actividad
Exámenes
Ejercicios
Trabajos
Exposiciones orales

**ASIGNATURA: PRÁCTICAS EXTERNAS**

**METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE:**

Tipo de actividad	Objetivo de la actividad
Prácticas externas	Aplicación de conocimientos
Tutorías académicas	Reuniones con el tutor de universidad con el fin de hacer un seguimiento de la asignatura y ayudar al en su orientación laboral

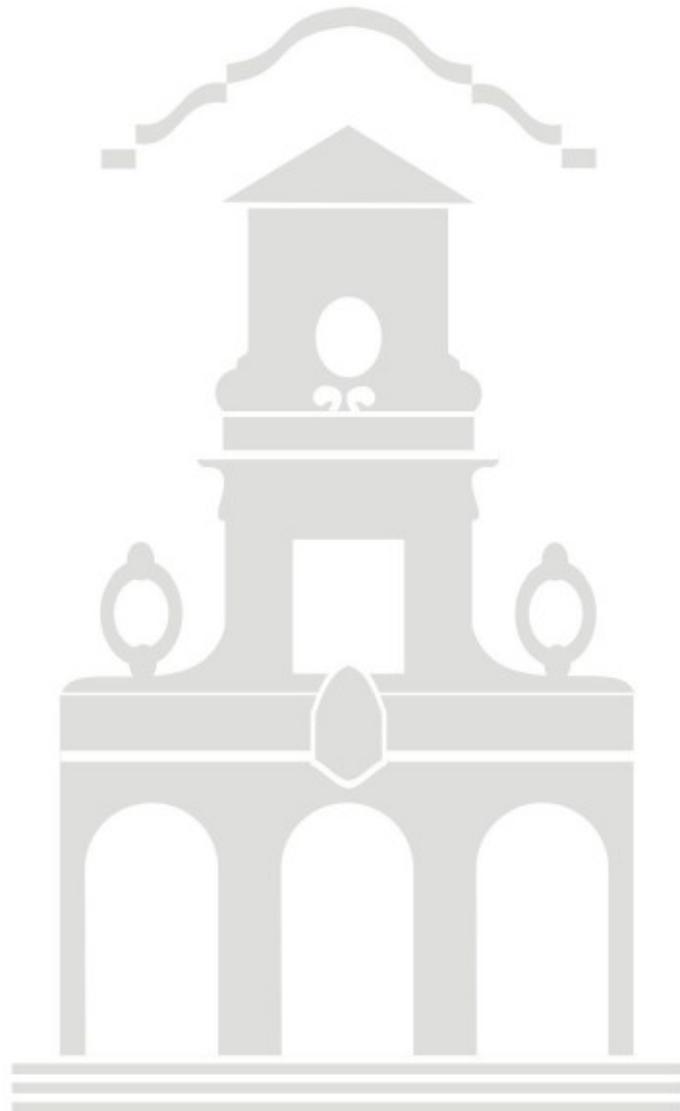
**SISTEMA DE EVALUACIÓN:**

Tipo de actividad
Valoración del Tutor de la Empresa
Actividades

**ASIGNATURA: TRABAJO DE FIN DE GRADO**

Tipo de actividad	Objetivo de la actividad
Prácticas externas	Aplicación de conocimientos

Tutorías académicas	Reuniones con el tutor de universidad con el fin de hacer un seguimiento de la asignatura y ayudar al en su orientación laboral
SISTEMA DE EVALUACIÓN:	
Tipo de actividad	
Valoración del Tutor Académico	
Memoria	
Exposición Oral	



## 6. PERSONAL ACADÉMICO

### 6.1. Profesorado y otros recursos humanos necesarios y disponibles

#### 6.1.1. Personal académico disponible

El Grado en Turismo, tiene vocación decidida de contribuir al desarrollo del conocimiento científico, tecnológico y cultural que permitirá a nuestros futuros egresados ser partícipes del crecimiento económico y del progreso de la sociedad canaria, contando con un personal altamente cualificado para tal fin.

A continuación, destacamos algunas aportaciones en materia académica/investigación/profesional en la que participan o están involucrados el profesorado de la titulación:

#### Experiencia académica:

- Master/Posgrado/Experto:

En su afán por proporcionar una formación específica y complementaria a los estudios reglados que los alumnos realizan en la Universidad, el profesorado del título participa en siguiente oferta formativa de master/posgrados y expertos en el ámbito del turismo:

- Máster en Dirección de Empresas Turísticas
- Máster Oficial en Dirección y Planificación del Turismo
- Instituto Universitario de Empresa:

Asimismo, el profesorado del título colabora con el Instituto Universitario de Empresa. El IUDE es un centro de la Universidad de La Laguna especializado en la investigación y enseñanza de postgrado en administración de empresas. De manera particular ha logrado la maduración integración de sus miembros en diferentes grupos de investigación, con objeto de aunar esfuerzos integrando los diferentes recursos y capacidades disponibles. De manera particular, TURILAB - Laboratorio de Análisis del Turismo – es la denominación de uno de estos grupos el cual se centra en la investigación en el ámbito del turismo.

- Instituto Universitario de Ciencias Políticas y Sociales:

El Instituto Universitario de Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad de La Laguna es un centro de carácter interdisciplinar dedicado fundamentalmente a la realización de proyectos de investigación, contratos de I+D y docencia de postgrado

- Grupos de Investigación en turismo:

- Economía internacional
- Pesca, turismo, migraciones y gestión de recursos naturales
- Laboratorio de análisis del turismo (TURiLAB)

La siguiente tabla refleja los quinquenios/sexenios del profesorado del título:

Departamento	Nº	Quinquenios (*)	Sexenios (*)
Análisis Económico	1	4	0
Derecho Financiero, Derecho del Trabajo y Seguridad Social	2	0	
Derecho Internacional, Procesal y Mercantil	2	0	
Disciplinas Jurídicas Básicas	1	0	
Economía Aplicada	1	3	1
Economía de las Instituciones, Estadística Económica y Econometría	4	10	1
Economía Financiera y Contabilidad	2	4	0
Economía y Dirección de Empresas	10	12	2
Filología Francesa y Románica	2	0	
Filología Inglesa y Alemana	7	21	0
Geografía	5	2	0
Historia del Arte	1	2	1
Prehistoria, Antropología e Historia Antigua	2	3	1
Psicología Cognitiva, Social y Organizacional	2	3	1
Sociología	1	3	0

(\*) Sexenios y quinquenios hasta 31/12/2008

#### Experiencia investigadora

- Tesis/Publicaciones:

Son numerosas las publicaciones del capital humano del título que han abordado temas relacionados en el ámbito del turismo, algunas de las cuales han recibido, por su calidad, menciones especiales, distinciones y premios.

Tesis:

- Desarrollo turístico e impactos medioambientales sobre dos poblaciones pesqueras insulares (Arguineguin y Playa de Mogan, Gran Canaria)
- Génesis del turismo y presencia británica en Canarias: Tenerife (1850-1900).
- Análisis de las preferencias del turista mediante análisis conjunto: el caso de Tenerife.
- Determinantes estratégicos para la obtención de ventajas competitivas en el canal de distribución de servicios turísticos
- Algoritmos genéticos y predicción de la composición de la demanda turística
- Tensiones espaciales en el suelo rústico entre las actividades agrarias y otras actividades turístico-residenciales
- Interrelación entre imagen y comunicación en destinos turísticos
- Determinantes estratégicos de la fidelidad del turista en destinos maduros
- El estatuto del municipio turístico. El caso Canario
- El modelo de desarrollo turístico de Tenerife: un análisis desde la perspectiva de la sostenibilidad
- Turismo, pesca y gestión de recursos en la reserva marina punta de la Restinga-Mar de Las Calmas (El Hierro, Islas Canarias) y el área natural protegida de las Islas Medas (L'estartit, Girona)
- El turismo en la región litoral centro de Angola: análisis y valoración de las potencialidades locales

En cuanto a las publicaciones destacamos, por editarla la EUCE, "Situación actual, implicaciones y perspectivas futuras del turismo en Canarias" (dos volúmenes ISBN 84-608-0429-1). Por otra parte, dirigida y editada por personal docente e investigador de la EUCE, PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural (ISSN 1695-7121).

La siguiente relación recoge el número de profesores doctores de la titulación por departamentos:

Departamento	Nº Doctores	Nº No Doctores
Análisis Económico	-	1
Derecho Financiero, Derecho del Trabajo y Seguridad Social	1	1
Derecho Internacional, Procesal y Mercantil	1	1
Disciplinas Jurídicas Básicas	1	1
Economía Aplicada	1	-
Economía de las Instituciones, Estadística Económica y Econometría	2	2
Economía Financiera y Contabilidad	2	-
Economía y Dirección de Empresas	7	3
Filología Francesa y Románica	2	-
Filología Inglesa y Alemana	2	5
Geografía	3	2
Historia del Arte	1	-
Psicología Cognitiva, Social y Organizacional	2	-
Sociología	-	1
Total	25	17

- AECIT (Asociación Española de Expertos Científicos en Turismo).

Son numerosos los profesores/as del título que pertenecen a esta asociación, que tiene como misión:

- Organizar seminarios, cursos, conferencias, congresos y sesiones de investigación, tanto entre sus miembros como de carácter externo.
- Realizar, por iniciativa propia, estudios, informes y dictámenes sobre aspectos relevantes de la actividad turística tanto en el marco de la empresa privada como de las administraciones públicas.
- Colaborar, cuando se le solicite, en la preparación de normativa o recomendaciones referidas al ámbito de la actividad turística. Asimismo, en el estudio de aspectos relevantes del funcionamiento de las empresas turísticas.
- Publicar y difundir todo tipo de estudios, trabajos, recomendaciones y conclusiones sobre las materias objeto de sus fines.

#### Experiencia profesional

- Profesionales del sector

A continuación se presentan algunos ejemplos de empresas del sector (tanto de titularidad pública como privada) donde prestan sus servicios el profesorado que no tiene dedicación exclusiva:

- Edei Consultores de Dirección
- Gerente de la Asociación de Turismo Rural Isla Bonita (La Palma)
- Técnico en Información Geográfica del Ayuntamiento de Santa Cruz de Tenerife.
- Fundación Aequitas (Fundación del Consejo General del Notariado)
- Observatorio Ambiental Puerto de Granadilla
  - Asesoramiento a la Consejería de Turismo y a otras administraciones y empresas

La Consejería de Turismo ha constituido un panel de expertos cuyo papel reside en el asesoramiento en la toma de decisiones de la misma, para la cual ha solicitado la participación de algunos profesores/as de la titulación.

La siguiente tabla recoge la dedicación del profesorado del futuro Grado en Turismo, en función de departamentos, áreas de conocimiento, cursos y tipo de asignatura:



CD	Nombre	GRADO EN TURISMO															
		1º curso				2º curso				3º curso				4º curso			
DEPARTAMENTO Área de conocimiento		BC	BE AREA DPTO			BE	OB AREA			DPTO	OB AREA DPTO			OB AREA DPTO	AREA DPTO		
62	ANÁLISIS ECONÓMICO Fundamentos de Análisis Económico	7,5	0	7,5	7,5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	7,5	7,5
10	DERECHO FINANCIERO, DEL TRABAJO Y DE LA SEGURIDAD SOCIAL Derecho Financiero y Tributario	0	5	5	5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5	5
47	DERECHO INTERNACIONAL, PROCESAL Y MERCANTIL Derecho Mercantil	3,75	2,5	6,25	6,25	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	6,25	6,25
12	DISCIPLINAS JURÍDICAS BÁSICAS Derecho Civil	3,75	0	3,75	3,75	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3,75	11,25
	Derecho Administrativo	0	0	0	0	0	7,5	7,5	7,5	0	0	0	0	0	0	7,5	7,5
16	ECONOMÍA APLICADA Economía Aplicada	0	7,5	7,5	7,5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	7,5	7,5
17	ECONOMÍA Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS Organización de Empresas	7,5	0	7,5	7,5	0	7,5	7,5	7,5	22,5	22,5	37,5	7,5	7,5	7,5	45	67,5
	Comercialización e Investigación de Mercados	0	0	0	0	0	7,5	7,5	7,5	15	15	0	0	0	22,5	22,5	
18	ECONOMÍA FINANCIERA Y CONTABILIDAD Economía Financiera y Contabilidad	0	0	0	0	0	7,5	7,5	7,5	7,5	7,5	7,5	7,5	7,5	7,5	22,5	22,5
65	ECONOMÍA DE LAS INSTITUCIONES, ESTADÍSTICA ECONÓMICA Y ECONOMETRÍA Métodos Cuantitativos	7,5	0	7,5	7,5	0	0	0	0	0	0	7,5	0	0	7,5	7,5	22,5
	Economía Aplicada	0	0	0	0	0	0	0	0	7,5	7,5	7,5	7,5	7,5	15	15	22,5
61	FILOLOGÍA INGLESA Y ALEMANA Inglés	0	7,5	7,5	7,5	0	15	15	15	7,5	7,5	15	0	0	0	30	52,5
	Alemán	0	0	0	0	7,5	7,5	7,5	7,5	7,5	7,5	7,5	0	0	0	22,5	22,5
28	GEOGRAFÍA Análisis Geográfico Regional	7,5	0	7,5	7,5	0	0	0	0	7,5	7,5	7,5	0	0	7,5	15	30
	Geografía Humana	0	0	0	0	0	7,5	7,5	7,5	0	0	0	7,5	7,5	15	15	30
30	HISTORIA DEL ARTE Historia del Arte	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3,75	3,75	3,75	3,75	3,75
40	PREHISTORIA, ANTROPOLOGÍA E HISTORIA ANTIGUA Antropología Social	0	7,5	7,5	7,5	0	7,5	7,5	7,5	0	0	0	0	0	15	18,75	18,75
	Arqueología	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3,75	3,75	3,75	3,75	3,75
58	SOCIOLOGÍA Sociología	7,5	0	0	7,5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	7,5	7,5	7,5

BC: Básica Común; BE: Básica Específica; OB: Obligatoria

### 6.1.2. Otros recursos humanos disponibles

#### PAS

El personal de Administración y Servicios que dispone la Escuela es el siguiente:

- Personal Funcionario: una Administradora, tres miembros del Personal Base y una Colaboradora

- Personal Laboral: una Conserje y dos Auxiliares de Servicio

Además, contamos con el Personal de Biblioteca y Hemeroteca:

- Jefe de la Sección de Ciencias Sociales
- Responsable del Fondo de Económicas
- Responsable del Fondo de Empresariales
- Responsable de la Hemeroteca
- Administrativo
- 2 Técnicos especialistas de Biblioteca y Hemeroteca
- 4 Oficiales de Biblioteca

Finalmente, contamos con la colaboración de 3 Becarios de las Aulas de Informáticas que permiten atender las incidencias de las aulas en todo momento del horario de apertura.

### 6.1.3. Previsión de profesorado y otros recursos humanos necesarios

- Previsiones de profesorado

Todo el personal académico que actualmente imparte la Diplomatura de Turismo está disponible para impartir en el nuevo Grado de Turismo y resulta, suficiente para cubrir las necesidades de la docencia. En efecto, en el siguiente cuadro se detalla el número de profesores por categorías y ámbitos de conocimiento que estarían disponibles para esta titulación. La adecuación de su experiencia con los ámbitos de conocimiento asociados al título no ofrece duda puesto que todos ellos imparten docencia desde hace varios años en la Diplomatura de Turismo que se enmarca en el mismo contexto formativo que el Grado que se propone.

## 7. RECURSOS MATERIALES Y SERVICIOS

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

La Escuela U. de CC. Empresariales dispone de las siguientes infraestructuras y recursos materiales:

- Aulas y número de puestos

El Centro cuenta con un total de 17 aulas, en buen, o aceptable, estado, y todas dotadas con:

- Video-proyectores.
- Sonido tanto para micros, como para exposiciones con power point o videos.
- Conexión a Internet.

La distribución y capacidad de las aulas es la siguiente:

- AULAS 1.1 y 2.1: (Pupitres continuos).  
Puestos 183, para examen 106.
- AULAS 1.2, 1.3, 1.4, 2.2, 2.3, 2.4, 2.5, 3.1 y 3.2: (Pupitres continuos).  
Puestos 96, para examen 48.
- AULAS 1.5\* Y 1.6: (Pupitres continuos).  
Puestos 40, para examen 24.
- AULAS 3.4, 3.5, y 3.6 (INFORMÁTICA):  
Puestos; 18 c/u.
- AULA DE PORTÁTILES; para conexión inalámbrica a Internet, aproximadamente 12 puestos.
- AULA 3.3\*:  
Puestos 25.

(\* Disponen de tv.)

Además contamos con espacios comunes, que se comparten con la Facultad de CC. Económicas:

-AULA MAGNA: (Video-proyector, sonido, cabinas de traducción, Internet)

Puestos 288;

- En planta principal 204
- En anfiteatro 84.

-SALÓN DE GRADOS: (Video-proyector, sonido, cabina de traducción, Internet)

Puestos 79.

-SALA DE JUNTAS: (Se procederá a partir del próximo día 16, a dotarla de conexión a Internet).

Puestos 168.

-AULA DE PRÁCTICAS 3: (Conexión a Internet).

Puestos 25. (Sillas palas).

-SALA DESTINADA A LA REPRESENTACIÓN DE ALUMNOS de la E. U. de Empresariales y Turismo

- Aulas de informática

En la actualidad la Escuela Universitaria de Ciencias Empresariales, se encuentra integrada dentro del Sistema de Integración de Gestión de Aulas (SIGA) de la ULL, lo cual permite a los alumnos acceder a sus ficheros desde cualquier ordenador situado dentro de la ULL a través de su cuenta personal.

En la Escuela se cuenta con 3 aulas de informática, dedicadas de manera coordinadas a la actividad docente y acceso libre de usuarios. Cada una de las aulas cuentan con un 18 equipos a disposición del usuario:

- Aula 3.4: AMD Athlon 64x2 Dual Core 2 4600+ 2.4 GHz 1Gb de memoria Ram
- Aula 3.5: 11 Equipos Dell Pentium IV 1.600 GHz 256 Mb RAM
  - 4 Equipos Dell Intel Celeron 1800 GHz 512 Mb RAM
  - 3 Equipos Clónicos AMD XP 2000 256 Mb RAM

- Aula 3.6: 13 Equipos Clónicos AMD 2600+ 256 RAM  
5 Equipos Clónicos AMD XP 2000 256 Mb RAM

Las aulas se encuentran permanentemente vigiladas mediante cámaras de seguridad, para salvaguardar el orden y el buen comportamiento de los usuarios.

Cada una de las aulas, en breve contará con una impresora conectada en red, para que cada alumno debidamente identificado, pueda imprimir lo que desee limitado a una cuota asignada, de manera mensual.

Así mismo la EUCE tiene a disposición de todo el personal universitario, una conexión WIFI, a través de la cual se podrán conectar a Internet con su correspondiente identificación universitaria (NIU y clave de servicio) a través del Servidor SIGA.

En cuanto a instalaciones de servidores, en la Escuela Universitaria de Ciencias Empresariales contamos en la actualidad con 4 servidores principales:

- SIGA
- Web – Moodle
- Cámaras de seguridad
- Impresoras
- Espacio común y Administración
- Biblioteca y hemeroteca

La Biblioteca de Económicas-Empresariales está ubicada en el edificio que alberga a la Escuela Universitaria de Ciencias Empresariales y a la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Ocupa una superficie de 1.800 m<sup>2</sup> distribuidos en dos plantas y tiene 696 puestos de lectura. El espacio se distribuye de la siguiente forma:

- Sala de lectura en dos plantas con 492 puestos
- 8 Carrels para trabajos en grupo
- Hemeroteca con una sala de lectura con 40 puestos
- Sala de estudio con capacidad para 166 usuarios
- Mediateca
- Sala para consulta de obras en CD-Rom

- Oficina para el proceso técnico
- 3 depósitos

El acceso a los libros y publicaciones periódicas es directo, es decir, los usuarios deben coger los libros de las estanterías. En la actualidad esta biblioteca ronda los 5.500 usuarios que son los alumnos y profesores tanto de la Facultad como de la Escuela.

La Biblioteca cuenta en la actualidad con alrededor de 47.000 volúmenes de monografías que se encuentran distribuidos entre la sala de lectura y los depósitos. En los depósitos están las obras más antiguas y las menos solicitadas por los usuarios. El acceso a ellas es diferido, por lo que deben solicitarse al personal de la biblioteca. En la sala de lectura se encuentran las obras más actuales y aquellas que son las más solicitadas por los usuarios, tanto alumnos como profesores. Esta colección está ordenada por materias según la Clasificación Decimal Universal. Empieza por la planta baja y continúa por la primera. A este orden general hay que hacer varias excepciones:

- Las obras de referencia: Diccionarios, enciclopedias, directorios, etc. se encuentran en la planta baja en las estanterías 1 y 2.
- Los manuales más utilizados por los alumnos se encuentran, ordenados por materias, en las estanterías situadas frente al mostrador de préstamo.
- La colección de materiales especiales, disquetes, videos, etc., debe solicitarse al personal de la biblioteca.

La colección de revistas, periódicos y estadísticas la componen 568 títulos de los que 399 son suscripciones y está distribuida de la siguiente forma:

- En la sala de la hemeroteca se encuentran, en muebles expositores-almacén, los últimos números de las publicaciones que corresponden al año en curso.
- En el depósito situado junto a la sala de lectura de la hemeroteca se encuentran:
  - Los últimos 10 años de las publicaciones suscritas en la actualidad
  - Todas las publicaciones cuyo principal contenido son datos (estadísticas)

- Los BOE de los 2 últimos años
- Los "Documentos de trabajo" de diferentes entidades que se encuentran en el depósito de la hemeroteca ordenados por las entidades que los publican. Las revistas están colocadas en los expositores por orden alfabético de sus títulos y en el depósito por su signatura

- En el depósito 1, situado en la planta superior, se encuentra el resto de la colección de publicaciones periódicas, es decir, todos los fascículos de las revistas que tienen más de 10 años y las revistas que ya no se reciben en esta biblioteca, bien por que han dejado de publicarse, bien porque no interesan al centro.

Asimismo, la biblioteca cuenta con una colección de materiales especiales que está formada principalmente por:

- Casetes, en su mayor parte para el aprendizaje de idiomas
- Disquetes de ordenador, principalmente material que acompaña a monografías
- Videos
- Obras en CD-Rom, principalmente bibliográficas y estadísticas.
- Actuaciones de mejora

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

En este curso académico hemos culminado un proceso iniciado en el 2006-2007 en el hemos conseguido acometer una serie de significativas actuaciones de acondicionamiento y mejora en las instalaciones de la Escuela U. de CC.

Empresariales:

-AULAS-

- Activación en todas las aulas de la conexión a Internet.
- Instalación en todas las aulas de video-proyectores.
- Instalación de conexiones de PC a video-proyector, Internet y sonido.

- Acondicionamiento de las aulas de los máster de la Escuela.
- Reparación del sistema de sonido de todas las aulas; instalación de altavoces donde no los había, reparación de los sistemas preexistentes. Ampliación de las salidas de audio para los video-proyectores, aparte de la salida de micros.

- Reparación y suplementación de las persianas de las aulas.

- Reparación de los pupitres de las aulas.

#### -AULAS DE INFORMÁTICA-

- Renovación y ampliación de los equipos informáticos.

#### -SALONES DE ACTOS-

- Instalación en el Aula Magna y en el Salón de Grados de video-proyectores.

- Reparación de los asientos y respaldos en mal estado de los tres salones de actos del edificio.

- Reparación de la luminaria de los salones de actos.

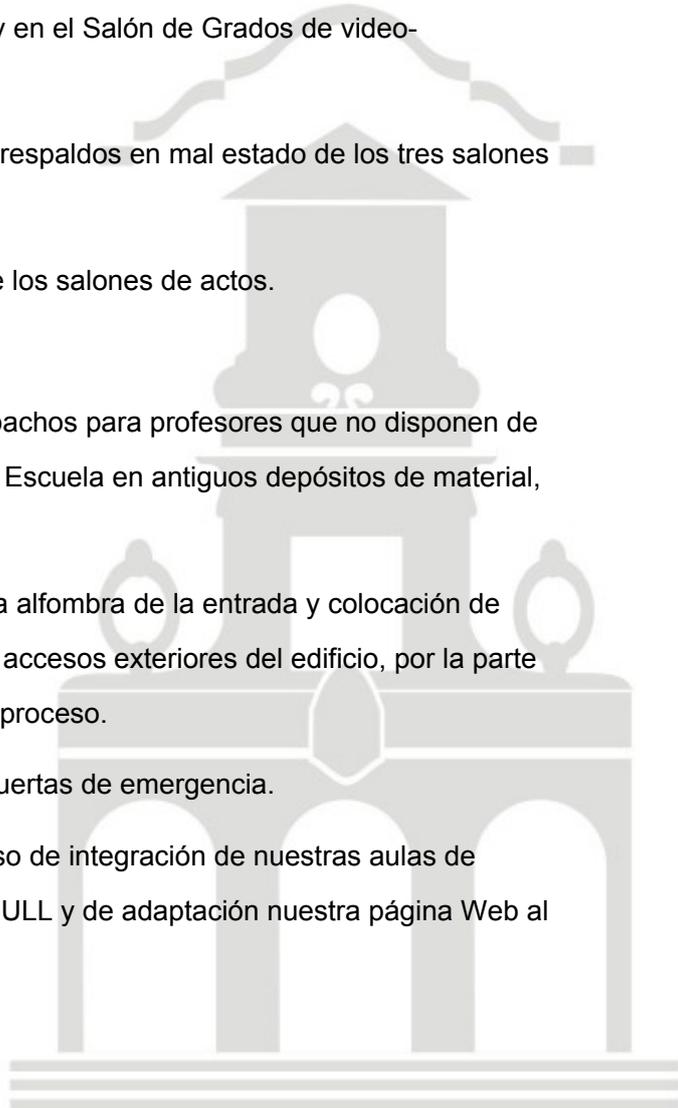
#### -OTRAS ACTUACIONES-

- Creación de dos nuevos despachos para profesores que no disponen de uno en el edificio y dan clase en la Escuela en antiguos depósitos de material, en proceso.

- Hall principal: sustitución de la alfombra de la entrada y colocación de sendas alfombras en los otros dos accesos exteriores del edificio, por la parte de la Facultad y de la Escuela. En proceso.

- Reposición y reparación de puertas de emergencia.

Actualmente estamos en proceso de integración de nuestras aulas de informática al proyecto SIGA de la ULL y de adaptación nuestra página Web al proyecto PEW de la ULL.



De los recursos materiales y servicios a disposición del título, recogidos en este apartado, son de uso específico del mismo, los que se recogen a continuación:

- Aulas E 3.1, E 3.2 (ambas con 96 puestos) y E 3.3 (aula con 45 puestos, que no tiene disposición escalonada, por lo que es susceptible de una mayor acomodación que las anteriores).

- Aulas de informática (E 3.4, E 3.5 y E 3.6), las cuales se utilizan estableciendo un orden según la necesidad.

- Áreas WI-FI dentro de las aulas de informática.

- Un despacho, actualmente utilizado para los Máster oficiales, para la gestión y dotado con las infraestructuras necesarias.

- Aulas de idiomas (E 1.4, E 1.5 y E 1.6).

Asimismo, se ha realizado una actualización de los recursos materiales y servicios necesarios recogidos en la memoria incluyéndose en el listado los siguientes:

-AULAS-

Las aulas se encuentran óptimamente dotadas para la impartición de las clases.

- En proceso (solicitado y comenzando su realización), eliminación de la pared que separa las aulas E 3.5 y E 3.6, situadas en el ala este de la tercera planta del edificio, para la instalación de un panel móvil que permita su apertura o cierre según conveniencia, para dar flexibilidad a dichas instalaciones proporcionando la posibilidad de disponer de: 1 aula de informática con 36 ordenadores, o 2 aulas de informática con 18 ordenadores cada una.

- En proceso (solicitado y comenzando su realización), eliminación de una pared de obra y de paneles que separan dos despachos en la planta 3, ala este del edificio, así como modificación de la puerta de acceso a dicho espacio unificado para la obtención de un espacio suficiente destinado a un aula de prácticas o de tutorías académicas.

-AULAS DE INFORMÁTICA-

- Revisión de todos los equipos.
- Creación de Sala “Wi-Fi” para los alumnos de la Comunidad Universitaria.
- Mejora y ampliación del Servidor Informático de la Escuela y de las dependencias de los Becarios del Servicio de Informática.

**-SALONES DE ACTOS-**

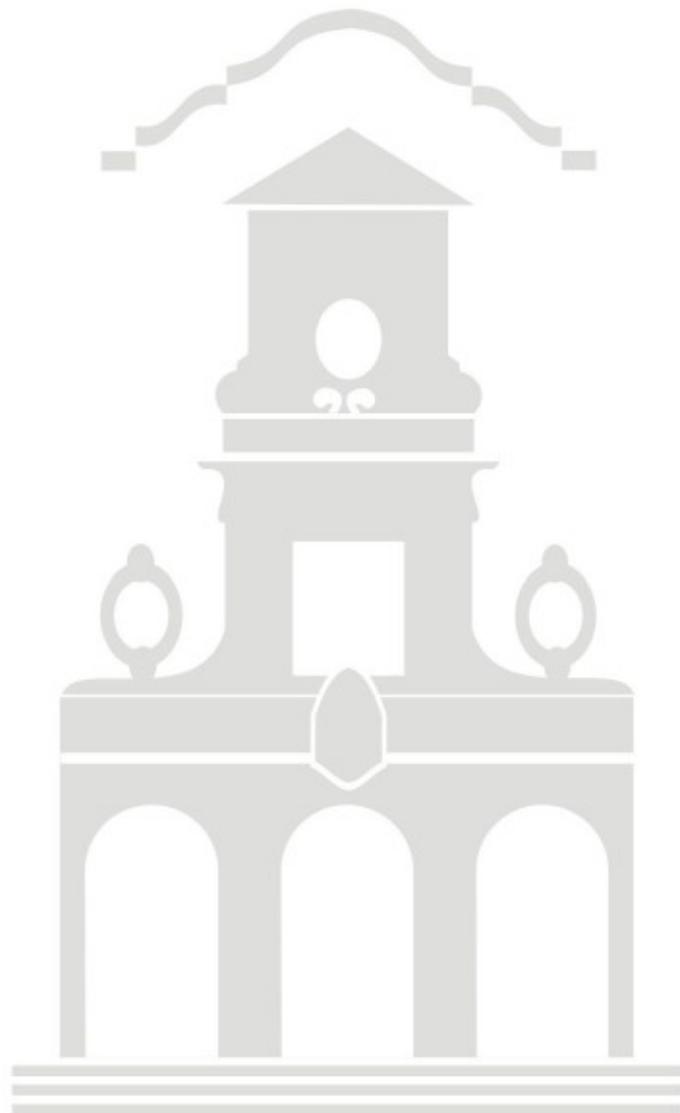
- Instalación de conexión a Internet en la Sala de Juntas.
- Mejoras en el sistema de sonido del Aula Magna y en las conexiones de PC y video-proyector.
- Dotación de video proyector en la Sala de Juntas.

**-OTRAS ACTUACIONES-**

- Dotación de teléfono IP para el despacho de los Masters Oficiales de la E.U.C.E.
- Reparación de las filtraciones de agua en todas las cubiertas del edificio.
- Modificaciones y mejoras en el sistema de detección de incendios y alarmas; destacar colocación en todas las zonas de riesgo de detectores de humos.
- Colocación de Servidores Wi-Fi en el edificio; Hall principal, hall primera planta zonas principales de pasillos de aulas.
- En proceso (solicitado y comenzando su realización), instalación (planta tres del edificio) de dos paneles con rejilla superior de ventilación para guardar el servidor de informática, y modificación del panel para instalación de puerta que le comunique con el espacio anexo, con el objetivo de ampliar la sala Wi-Fi, dando así la posibilidad a los alumnos de disponer de un espacio de trabajo en el que pueden ser incluso tutelados por un profesor.
- En proceso (solicitado y comenzando su realización), instalación de un panel de separación en espacio situado en la planta 0 y puerta de acceso al exterior.

Por otra parte, en cuanto a los mecanismos para realizar la revisión y el mantenimiento de los materiales y servicios disponibles, hay que destacar que actualmente en el Centro, el servicio responsable del mantenimiento,

conservación y orden, con en el resto de la Universidad de La Laguna, es la Conserjería, Dicho trabajo es realizado de forma constante y continua. Asimismo, es la responsable de la puesta en conocimiento de cualquier servicio necesario.



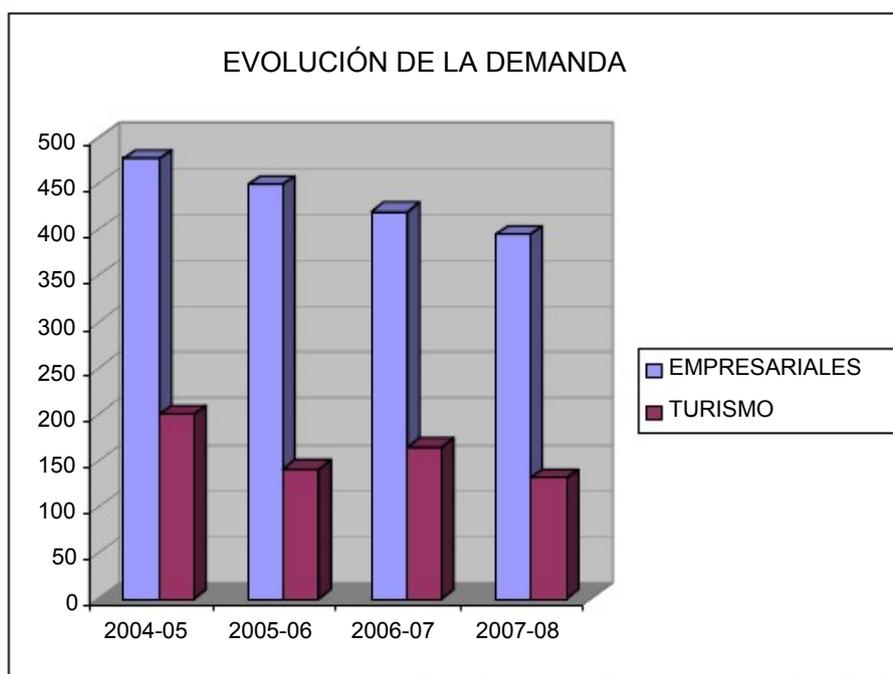
## 8. RESULTADOS PREVISTOS

### 8.1 Valores cuantitativos estimados y su justificación

Según datos aportados por la Secretaría de la Escuela Universitaria de Ciencias Empresariales de la ULL, podemos observar en la Tabla 1 la evolución de la demanda de plazas en las Diplomaturas de Ciencias Empresariales y Turismo en los últimos cuatro cursos académicos

Tabla 1

CURSO	2004-05	2005-06	2006-07	2007-08
TURISMO	200	141	164	131



Con base en estos datos hemos hecho una estimación de la demanda de plazas prevista para el curso 2009-2010 en el que se implantará el Grado de Turismo que se calcula será aproximadamente de 100 plazas.

Por otra parte y según datos aportados por el Gabinete de Análisis y Planificación de la Universidad de La Laguna disponemos de las tasas de graduación, abandono y eficiencia de los últimos **seis** cursos.

Tasa de graduación: porcentaje de estudiantes que finalizan la enseñanza en el tiempo previsto en el plan de estudios o en un año académico más en relación a su cohorte de entrada.

	2001/02	2002/03	2003/04	2004/05	2005/06	2006/07
Tasa de graduación	39,18%	31,63%	39,18%	26,53%	16,83%	25,00%

Tasa de abandono: relación porcentual entre el número total de estudiantes de una cohorte de nuevo ingreso que debieron obtener el título el año académico anterior y que no se han matriculado ni en ese año académico ni en el anterior.

	2001/02	2002/03	2003/04	2004/05	2005/06	2006/07
Tasa de abandono	13,27%	16,49%	18,37%	19,80%	14,00%	18,87%

Tasa de eficiencia: relación porcentual entre el número total de créditos del plan de estudios a los que debieron haberse matriculado a lo largo de sus estudios el conjunto de graduados de un determinado año académico y el número total de créditos en los que realmente han tenido que matricularse.

	2001/02	2002/03	2003/04	2004/05	2005/06	2006/07
Tasa de eficiencia	86,71%	88,59%	82,01%	78,26%	78,27%	81,50%

Tal y como se ha venido especificando a lo largo de este documento nos enfrentamos a un modo distinto de “hacer”, “pensar” y “sentir” la docencia universitaria y que de forma inmediata se materializa en una disminución de las clases magistrales a favor de la experimentalidad, a unas tutorías planificadas, a un nuevo sistema de evaluación en el que resulta fundamental el seguimiento personalizado del alumno/a.

Con el fin de experimentar sobre los posibles efectos de la puesta en práctica de este nuevo modelo educativo propuesto y, de esta forma, facilitar la adaptación de nuestras titulaciones al proceso de convergencia para la creación de un Espacio Europeo de Educación Superior, la Escuela Universitaria de Ciencias Empresariales ha puesto en marcha un Proyecto Piloto de Experimentación del Crédito Europeo para la Diplomatura en Turismo en los cursos 2006/2007 y 2007/2008.

De esta experiencia se han obtenido una serie de conclusiones que han resultado de suma utilidad a la hora de diseñar este Grado en Turismo;

La tasa de alumnos que han superado las asignaturas que han participado en los Proyectos Pilotos de ambos cursos dentro del cuatrimestre correspondiente (es decir alumnos/as que se han matriculado por primera vez y han superado la asignatura a la primera vez) es de un 85% frente a un 50% con el sistema de docencia tradicional. Además del total de alumnos aprobados, más de un 60% lo han hecho con calificaciones superiores al 7,0 (notable).

El número de alumnos que han asistido a clase de forma regular supera el 90 %, frente al casi 60 % del sistema de docencia tradicional, siendo el porcentaje de abandono de los matriculados no superior al 10 %.

Aunque el grado de satisfacción general con esta nueva forma de entender la docencia universitaria es muy elevado debemos ser prudentes puesto que en estos Proyectos Pilotos no han intervenido todas las asignaturas de la actual Diplomatura en Turismo y aún muchos alumnos y profesores deben adaptarse a esta nueva forma de trabajar. Teniendo en cuenta las conclusiones obtenidas de la participación en Proyectos Piloto y, al mismo tiempo, conservando cierta dosis de prudencia se expone en la tabla siguiente la propuesta en cuánto a los resultados previstos correspondientes al período de comienzo del Grado y finalización de los primeros graduados:

**Tabla 2. Resultados previstos para el Grado en Turismo**

Tasa de graduación	28%
Tasa de abandono	17%
Tasa de eficiencia	83%

Los cálculos se han realizado tomando la media de la tasa de graduación, de abandono y de eficiencia de los últimos 6 cursos académicos.

8.2 Progreso y resultados de aprendizaje. Procedimiento para la valoración del progreso y resultados de aprendizaje de los estudiantes

De entre los resultados del programa formativo se deben considerar los relativos al aprendizaje de los estudiantes.

### 1. Objeto

El objeto del presente procedimiento es establecer el modo en el que la Titulación de Grado en Turismo valorará el progreso y los resultados de aprendizaje de los estudiantes, así como la forma en que se toman decisiones a partir de los mismos para la mejora de la calidad de la enseñanza.

## 2. Alcance

El presente documento es de aplicación a la Titulación de Grado en Turismo

## 3. Referencias/Normativa

RD 1393/2007 de 29 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales. BOE n. 260 de 30/10/2007

Ley Orgánica 15/1999 de 13 de diciembre de Protección de Datos de Carácter Personal (LOPD). BOE n. 298 de 14 de diciembre de 1999

## 4. Desarrollo

El procedimiento se inicia a partir de la definición de los órganos y unidades involucradas en el proceso de valoración del progreso de aprendizaje del alumno. Corresponde a la Comisión de Calidad del Centro<sup>5</sup> (CCC) el análisis de los indicadores del progreso y resultados del aprendizaje (tasa de rendimiento, tasa de éxito, tasa de graduación, tamaño medio del grupo y tasa de eficiencia por asignatura y tasa de abandono, duración media de los estudios, entre otros, en los últimos tres años). La información cuantitativa de los tres últimos años la proporcionará al Centro el Gabinete de Análisis y Planificación (GAP) de la ULL. Dicho procedimiento se aplicará anualmente.

Con el apoyo de la Unidad de Evaluación y Mejora de la Calidad (UEMC) de la ULL la CCC procederá a identificar los puntos fuertes, débiles y a realizar las propuestas de mejora, a partir de los indicadores anteriormente mencionados.

Tras ese análisis, la CCC elaborará un informe sobre los resultados del aprendizaje, en el cual se incorporarán las acciones de mejora pertinentes para subsanar las deficiencias detectadas. Este informe debe ser aprobado por la

---

<sup>5</sup>La Comisión de Calidad de Centro (CCC) es un órgano que participa en las tareas de planificación y seguimiento del Sistema de Garantía Interna de Calidad del centro, actuando como uno de los vehículos de comunicación interna de la política, objetivos, planes, programas, responsabilidades y logros del Sistema de Garantía de Calidad del Centro.

Junta de Centro para posteriormente ser difundido entre los miembros de la comunidad universitaria, internos y externos, siguiendo el procedimiento para la Información Pública (apartado 9.5.4). La rendición de cuentas corre a cargo del Equipo de Dirección del Centro.

#### 5. Revisión, mejora y seguimiento

La revisión de los resultados del aprendizaje se desarrollará anualmente, y las mejoras propuestas por la CCC serán consideradas en la planificación del programa formativo de la titulación. El seguimiento de las mismas corresponde al Coordinador de Calidad del Centro, quién podrá apoyarse en las Comisiones de Curso o de Titulación u otro órgano de planificación de la enseñanza de la titulación, si existiera.

#### 6. Evidencias y archivo

Los documentos generados en este procedimiento serán archivados por el Coordinador de Calidad.

Identificación del registro	Soporte de archivo	Responsable Custodia	Tiempo de conservación
Informe técnico de resultados de aprendizaje (GAP)	Papel o informático	Coordinador de Calidad del Centro	6 años
Informes técnicos de opinión de estudiantes y profesorado (UEMC)	Papel o informático	Coordinador de Calidad del Centro	6 años
Guías docentes (Centro)	Papel o informático	Coordinador de Calidad del Centro	6 años
Informe de mejora del progreso y resultados del aprendizaje	Papel o informático	Coordinador de Calidad del Centro	6 años
Prueba de la difusión	Papel o informático	Coordinador de Calidad del Centro	6 años

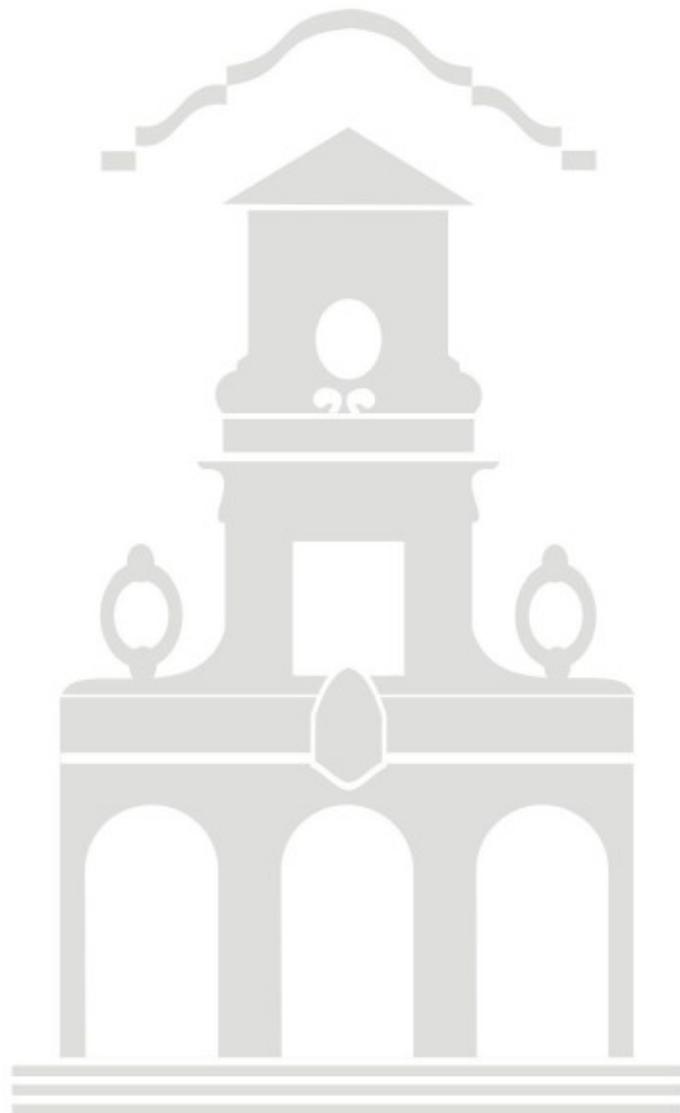
#### 7. Responsabilidades

CCC: Obtiene y analiza la información, y elabora informes de resultados y propuestas de mejora.

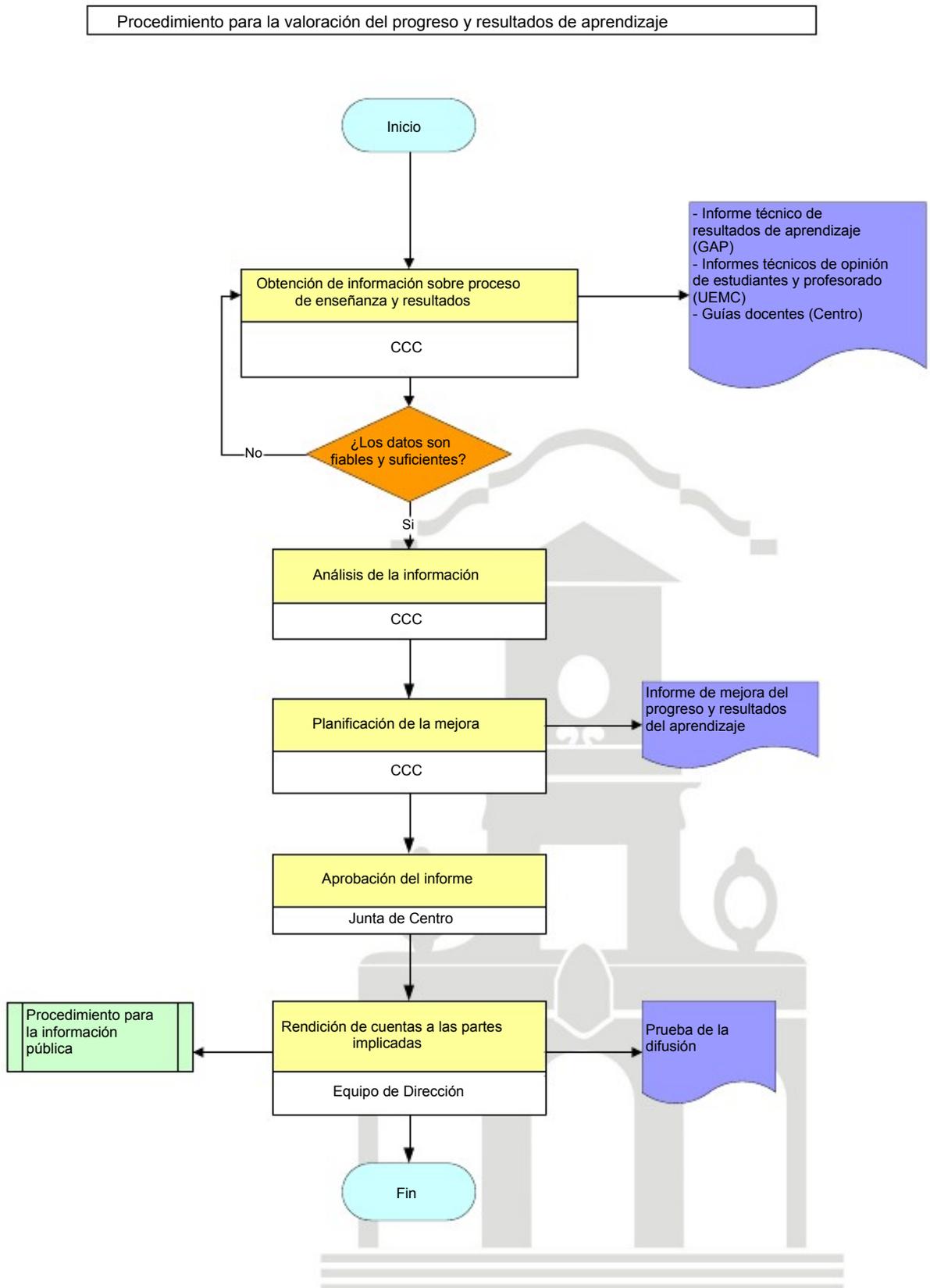
Coordinador de Calidad del Centro: Difunde los resultados del procedimiento y custodia toda la documentación relativa a este procedimiento.

Equipo de Dirección del Centro: Define el órgano o unidad involucrado en el proceso de de valoración del progreso y resultados del

aprendizaje. Difunde los resultados del procedimiento relativo al progreso del aprendizaje del alumno.



8. Diagrama de flujo



## 9. SISTEMA DE GARANTÍA DE CALIDAD DEL TÍTULO

El Sistema de Garantía Interna de Calidad (SGIC) en las instituciones universitarias es uno de los elementos fundamentales en los que se asienta la construcción del Espacio Europeo de Enseñanza Superior. El SGIC de la Titulación de Grado en Turismo ha tomado como referencia los criterios y directrices propuestos por la Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación (ANECA) para el establecimiento del SGIC.

En atención al RD 1393/2007 y el proceso diseñado por la ANECA para el Programa VERIFICA, en el presente SGIC se atenderán los siguientes criterios: estructura para el desarrollo del SGIC y objetivos de calidad, planificación, desarrollo y resultados de la enseñanza, personal académico, resultados del programa formativo y difusión de los resultados.

### 9.1. Responsables del Sistema de Garantía Interna de Calidad

En este apartado se recoge la estructura establecida para el desarrollo del SGIC de la titulación, que está organizada en dos niveles: el nivel institucional de la ULL y el de Centro.

Teniendo en cuenta que todo SGIC debe sustentarse en unos objetivos de calidad previamente fijados, se añade en este apartado el procedimiento por el cuál el Centro establecerá sus objetivos de calidad.

#### 9.1.1. Estructura Organizativa para el desarrollo del Sistema de Garantía Interna de Calidad

Consejo de Calidad. La ULL se dotará de un Consejo de Calidad que será el responsable de proponer, impulsar, coordinar, valorar y actualizar los procesos

evaluadores y formativos necesarios para garantizar el óptimo desarrollo de las actividades docentes, de investigación y de administración y servicios conducentes al logro de sus fines. De entre las funciones que tiene asignadas este órgano destacan, en relación con los Sistemas de Garantía de Calidad, las siguientes:

Recabar informes y estudios necesarios y promover la colaboración de expertos, instituciones y entidades en la evaluación y mejora de la Calidad Universitaria.

Aprobar la planificación y puesta en marcha de los procesos de evaluación institucional, de acreditación y de certificación de las titulaciones, así como de la investigación, los servicios y la administración de la Universidad.

Supervisar el correcto desarrollo y funcionamiento de dichos procesos, a través de la Unidad de Evaluación y Mejora de la Calidad (UEMC).

Aprobar los Informes Finales de la Universidad, propuestos por la UEMC, vinculados a los procesos de evaluación de las titulaciones, la investigación, los servicios y la administración de la Universidad, así como analizar sus resultados y darlos a conocer al Consejo de Gobierno y al Claustro Universitario.

Proponer al Consejo de Gobierno los Programas de Mejoras de la Calidad Universitaria derivados de los Informes Finales de la evaluación.

Coordinar, a través de la UEMC, el desarrollo de los Programas de Mejoras de la Calidad Universitaria.

Garantizar la coordinación de los órganos universitarios responsables de la evaluación de la calidad.

Vicerrectorado de Profesorado y Calidad Docente. El Vicerrectorado de Profesorado y Calidad Docente apoya firmemente la implantación y desarrollo de Sistemas de Garantía de Calidad, en tanto que suponen un refuerzo de la garantía de la calidad y mejora continua de sus titulaciones, facilitando el proceso de

acreditación de las mismas. El apoyo del Equipo Rectoral se realiza a través de la Unidad de Evaluación y Mejora de la Calidad (UEMC) de la Universidad de La Laguna, la cual aporta la documentación genérica, colabora en la revisión, planificación de la implantación y en el seguimiento de los Sistemas de Garantía de Calidad. Asimismo, facilitará la información necesaria (informes, encuestas, etc.) para proceder al continuo análisis de resultados.

Equipo de Dirección del Centro. El Equipo de Dirección del Centro y, en particular, su Decano/Director, asume la responsabilidad de establecer la propuesta de política y objetivos de calidad del Centro, nombrará un Coordinador de Calidad para que lo represente en todo lo relativo al seguimiento del SGIC y propondrá a la Junta de Centro la revisión de la composición y funciones de la Comisión de Calidad de Centro (CCC).

Coordinador de Calidad. Para ayudar al Decano/Director en las tareas correspondientes al diseño, implantación, mantenimiento y mejora del SGIC, se nombrará un Coordinador de Calidad. Con independencia de las responsabilidades que se le indiquen en el correspondiente nombramiento o que le sean asignadas, el Coordinador de Calidad tiene la responsabilidad y autoridad suficiente para:

Asegurarse de que se establecen, implantan y mantienen los procesos necesarios para el desarrollo del SGIC.

Informar al Equipo de Dirección del Centro sobre el desempeño del SGIC y de cualquier necesidad de mejora requerida por el Centro.

Asegurarse de que se promueve la toma de conciencia de la rendición de cuentas a los grupos de interés en todos los niveles del Centro.

Comisión de Calidad del Centro (CCC). La CCC es un órgano que participa en las tareas de planificación y seguimiento del SGIC, actuando además como uno de los vehículos de comunicación interna de la política, objetivos, planes, programas, responsabilidades y logros de este sistema. Son funciones de la CCC:

Diseñar el SGIC.

Recibir información del Decano/Director sobre los proyectos de modificación del organigrama y se posiciona ante los mismos.

Estar informada por el Decano/Director respecto a la Política y los Objetivos Generales de la Calidad del Centro y se encarga de la difusión de esta información por el resto del Centro.

Verificar la planificación del SGIC.

Realizar el seguimiento del SGIC.

Desarrollar procesos de revisión y mejora de los programas formativos.

Realizar el seguimiento de la eficacia de los procesos a través de los indicadores asociados a estos.

Estudiar y, en su caso, aprobar la implantación de las propuestas de mejora del SGIC sugeridas por los restantes miembros del Centro.

Controlar la ejecución de: las acciones correctivas y/o preventivas, actuaciones derivadas de la revisión del sistema, acciones de respuesta a las sugerencias, quejas y reclamaciones.

La CCC está compuesta por el Decano/Director, que actuará como Presidente, el Coordinador de Calidad, un representante de cada una de las titulaciones (de grado y postgrado), un representante de cada departamento con al menos un 7% de la carga docente, dos representantes del Personal de Administración y Servicios (administrador y otro), y un representante del alumnado (preferiblemente egresado o estudiante de tercer ciclo). Como Secretario de la CCC actuará el Secretario del Centro.

La CCC se reunirá con una periodicidad trimestral, al menos, previa convocatoria del Secretario. De las sesiones, el Secretario levantará un acta que enviará a todos los componentes de la CCC, quienes dispondrán de una semana para proponer correcciones. Si no se formulan correcciones se considerará

aprobada, y el acta se publicará en la web del Centro de modo que esté disponible para toda la comunidad universitaria.

Comisiones de evaluación y/o mejora. Podrán existir diferentes comisiones relacionadas con la revisión y mejora de otros órganos y/o unidades organizativas, servicios, etc.

#### 9.1.2. Procedimiento para la definición de la política y objetivos de calidad del Centro

Los objetivos de calidad de la titulación están sujetos a la política y objetivos de calidad que contemple el Centro, por ello a continuación se presenta cómo el Centro los define y establece.

##### 1. Objeto

El objeto del presente procedimiento es establecer la sistemática a aplicar en la elaboración y la revisión de la Política y Objetivos de Calidad del Centro EUCE.

##### 2. Alcance

Este procedimiento será de aplicación tanto para la definición inicial de la Política y los Objetivos de Calidad como para sus modificaciones periódicas, que se efectuarán con carácter anual.

##### 3. Referencias/Normativa

Decreto 89/2004, de 6 de julio, por el que se aprueban los Estatutos de la Universidad de La Laguna. BOE. núm. 272, de 11 de noviembre de 2004.

Ley Orgánica 15/1999 de 13 de diciembre de Protección de Datos de Carácter Personal (LOPD). BOE n. 298 de 14 de diciembre de 1999

Criterios y Directrices para la implantación de títulos

Política global de la Universidad

En el caso de existir, se deberían tener en cuenta, entre otras:

- o Plan estratégico de la universidad
- o Estudios del mercado laboral
- o Resultados de evaluaciones anteriores (titulaciones, departamentos, servicios...)

#### 4. Definiciones

**Directriz:** Conjunto de instrucciones que ayudan a entender un aspecto de un modelo o sistema.

**Política de Calidad:** Conjunto de directrices que marcan las intenciones y orientación de una organización con respecto a la Calidad.

**Objetivo de Calidad:** Relación de aspectos, propuestas e intenciones a lograr con el propósito de mejorar la institución, oferta formativa, unidad o servicios que se evalúan.

#### 5. Desarrollo

El Coordinador de Calidad del Centro, con una periodicidad anual o inferior en situaciones de cambio, elaborará un borrador de la Política y Objetivos de Calidad del Centro a partir de los elementos contemplados a nivel institucional así como del análisis y comprobación los objetivos en el Centro, que deberá ser revisado por la Comisión de Calidad y posteriormente podrá ser enviado a la Unidad de Evaluación y Mejora de la Calidad (UEMC) para su revisión. Si la Comisión de Calidad considera que el documento no es adecuado lo devolverá al Coordinador de Calidad del Centro para que elabore otro borrador incorporando las sugerencias que se hayan realizado. A continuación deberá ser aprobado por la Junta de Centro o bien se devuelve al Coordinador de Calidad del Centro para que incorpore las sugerencias de la Junta de Centro. Una vez aprobado el documento el Equipo de Dirección le dará difusión pública de acuerdo al procedimiento especificado para ello (Información Pública, apartado 9.5.4).

#### 6. Revisión, mejora y seguimiento

La política y objetivos de calidad establecidos se valorarán anualmente por parte de la CCC, obteniéndose un informe con los resultados de esa revisión y las

propuestas de mejora. Las propuestas serán consideradas en la planificación anual del Centro, en general, y en particular de las titulaciones. El seguimiento de las mismas corresponde a la CCC, quien valorará en qué medida esas propuestas se han contemplado en la nueva planificación para mejorar las actividades de enseñanza y apoyo a estas, así como de los resultados del proceso formativo.

#### 7. Evidencias y archivo

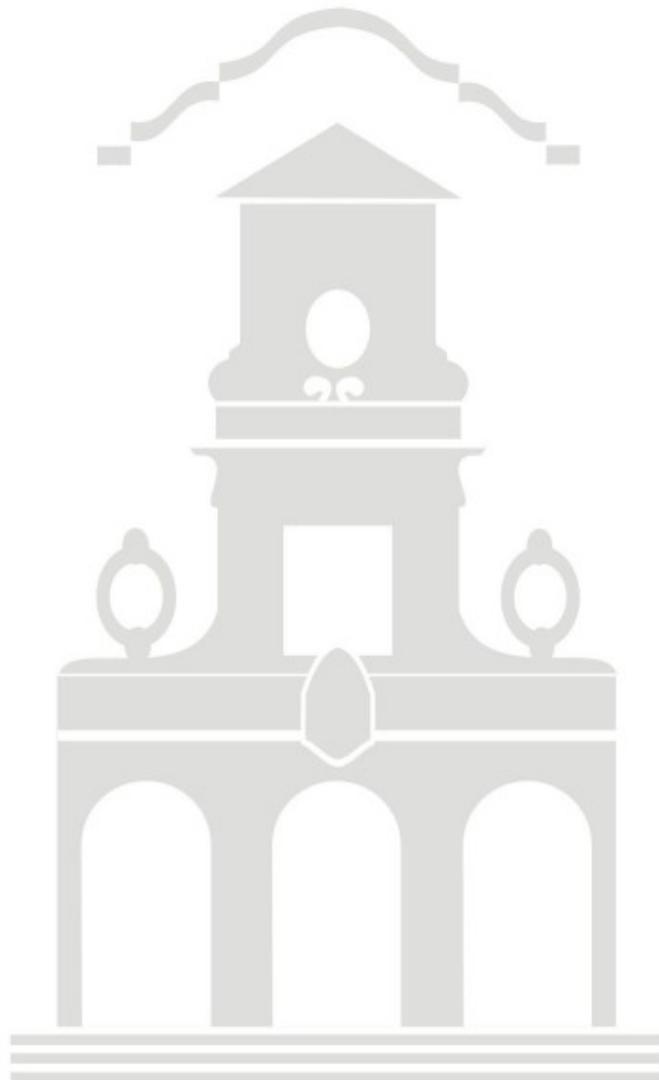
Los documentos generados en este procedimiento serán archivados por el Coordinador de Calidad.

Identificación del registro	Soporte de archivo	Responsable custodia	Tiempo de conservación
Política y Objetivos de Calidad	Papel o informático	Coordinador de Calidad del Centro	6 años
Documento con las enmiendas y sugerencias de la no adecuación del borrador de la Política y Objetivos de Calidad	Papel o informático	Coordinador de Calidad del Centro	6 años
Acta de aprobación de la Política y Objetivos de Calidad por Junta de Centro	Papel o informático	Coordinador de Calidad del Centro	6 años
Justificación de la difusión de la Política y Objetivos de Calidad	Papel o informático	Coordinador de Calidad del Centro	6 años
Informe con los resultados de revisión y propuestas de mejora	Papel o informático	Coordinador de Calidad de Centro	6 años
Justificación de la difusión de resultados de la Política y Objetivos de Calidad	Papel o informático	Coordinador de Calidad de Centro	6 años

#### 8. Responsabilidades

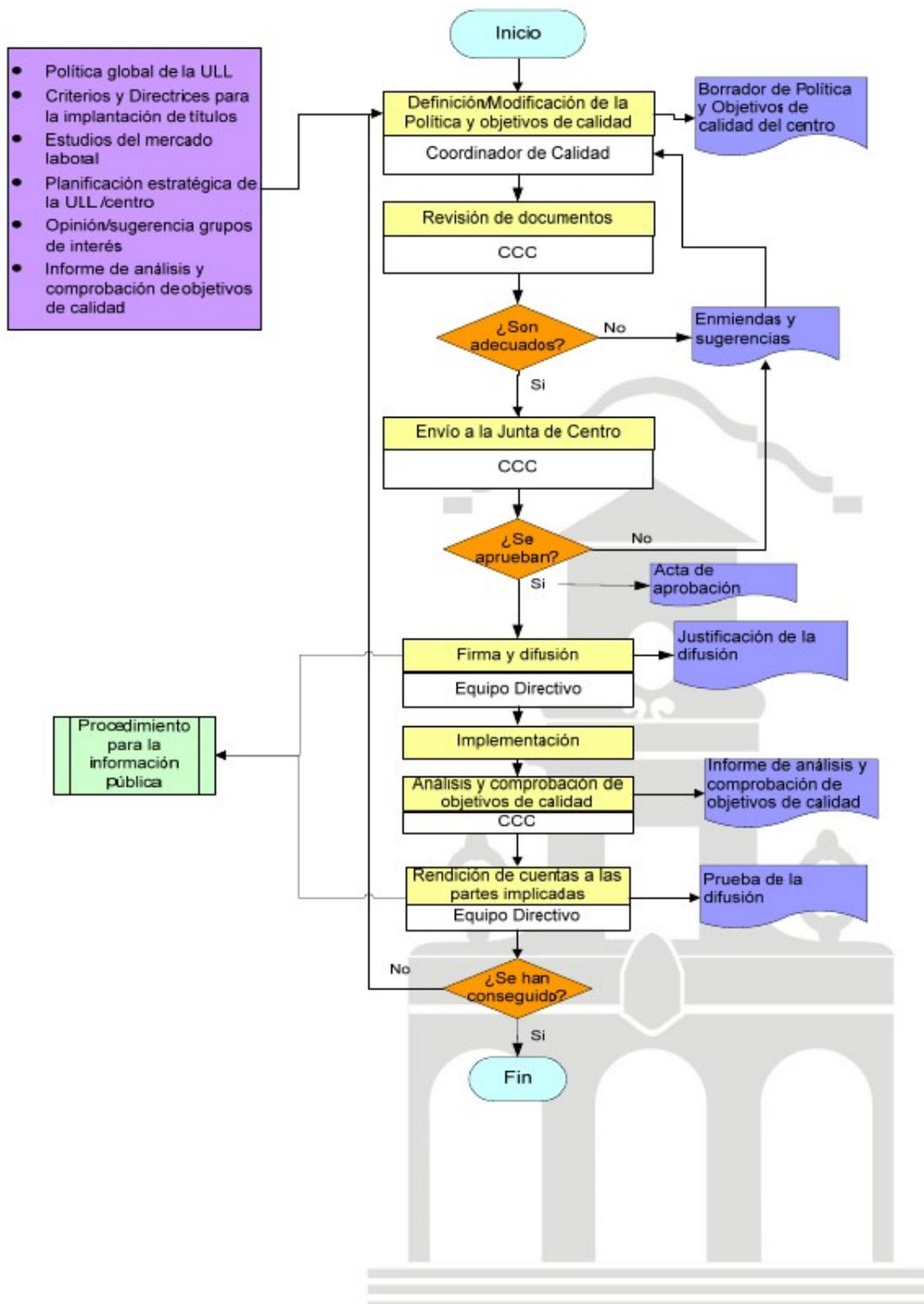
- Comisión de Calidad del Centro (CCC): Revisar y validar el borrador de la política y objetivos de calidad presentado por el Coordinador de Calidad. Hace el seguimiento de las propuestas de mejora establecidas.

- Coordinador de Calidad: Elaborar y proponer el borrador de la Política de Calidad e identificar los objetivos. Enviarlo a la CCC.
- Equipo de Dirección del Centro (ED): Difundir el documento que contiene la política y objetivos de calidad del Centro.
- Junta de Centro: Aprobar el borrador de la política y objetivos de calidad.
- Unidad de Evaluación y Mejora de la Calidad (UEMC): Revisar los documentos.



9. Diagrama de flujo

Procedimiento para la definición de la política y objetivos de calidad



9.2. Procedimientos de evaluación y mejora de la calidad de la enseñanza y el profesorado.

La Titulación de Grado en Turismo garantiza la evaluación y mejora de la calidad de la enseñanza y el profesorado a través de los siguientes procedimientos:

Procedimiento para la garantía de calidad de los programas  
formativos

Procedimiento para la evaluación de la actividad docente del  
profesorado

### 9.2.1 Procedimiento para la garantía de calidad del programa formativo

La Titulación de Grado en Turismo tiene diseñado el procedimiento para revisar y mejorar, de forma sistemática la programación y desarrollo de su programa formativo con el fin de garantizar el cumplimiento de los objetivos establecidos.

#### 1. Objeto

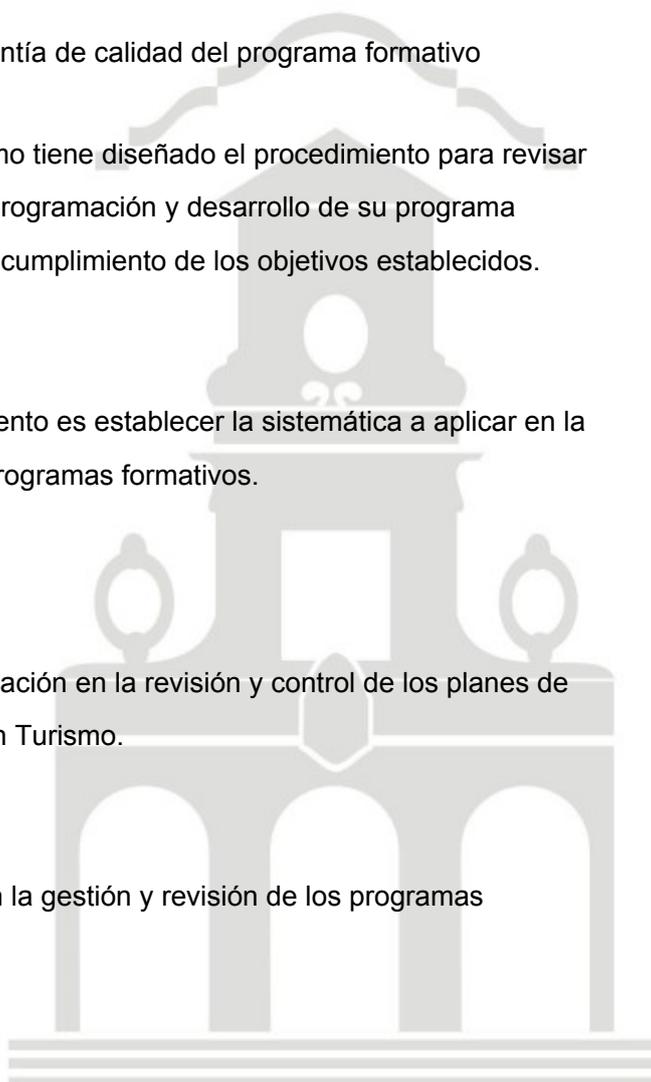
El objeto del presente procedimiento es establecer la sistemática a aplicar en la revisión y control periódico de los programas formativos.

#### 2. Alcance

Este procedimiento será de aplicación en la revisión y control de los planes de estudio de la Titulación de Grado en Turismo.

#### 3. Referencias/Normativa

Las fuentes a tener en cuenta en la gestión y revisión de los programas formativos son, entre otras:



RD 1393/2007 de 29 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales. BOE n. 260 de 30/10/2007

Criterios y directrices para la implantación de títulos (Gobierno Autónomo)

Normativas específicas de la universidad (Reglamento de la Comisión de Estudios de Grado de la Universidad de La Laguna (Consejo de Gobierno de 22 de octubre de 2007), Reglamento de Estudios Oficiales de Posgrado de la Universidad de La Laguna (Consejo de Gobierno, 27 de octubre de 2006), Directrices generales para el diseño de Títulos de Grado de la ULL (Consejo de Gobierno de 30 de enero de 2008)

Ley Orgánica 15/1999 de 13 de diciembre de Protección de Datos de Carácter Personal (LOPD). BOE n. 298 de 14 de diciembre de 1999

Plan de estudio del programa formativo

Plan estratégico del Centro o la Universidad, si existiera

#### 4. Definiciones

Garantía de calidad: Todas aquellas actividades encaminadas a asegurar la calidad interna/externa. En este caso, contempla acciones dirigidas a asegurar la calidad de las enseñanzas desarrolladas por el Centro, así como a generar y mantener la confianza de los estudiantes, profesores y de la sociedad en general.

Programa formativo: Conjunto de enseñanzas organizadas que conducen a la obtención de un título o grado junto a los elementos normativos, técnicos, humanos y materiales que lo envuelven y lo llevan a alcanzar los objetivos establecidos por el organismo responsable.

#### 5. Desarrollo

El Equipo de Dirección del Centro define el órgano, unidades y/o grupos de interés involucrados en la garantía de calidad de los programas formativos. En

este caso designa a una Comisión de Titulación (o en su defecto la CCC), quien se encargará de:

Revisar la oferta formativa del Centro y, en su caso, proponer las mejoras necesarias acerca de la misma. La Junta de Centro deberá aprobar o proponer sugerencias al respecto. En caso de no estar de acuerdo la Junta de Centro la devolverá a la Comisión de Calidad para que ésta incorpore las sugerencias realizadas por la Junta de Centro. Si la oferta formativa no es adecuada ni susceptible de mejora, deberá determinar si cabe un proceso de suspensión de la enseñanza y/o el desarrollo de un nuevo plan de estudio.

Analizar y elaborar un informe sobre la coherencia del plan de estudio, al menos, con los siguientes aspectos:

- los perfiles de ingreso y egreso
- la estructura y planificación del plan de estudio
- las guías docentes y su desarrollo

El resto de los aspectos a revisar y mejorar se harán anualmente cuando la Comisión de Calidad analice los resultados e indicadores que permiten el seguimiento de los siguientes procedimientos:

- Procedimiento para la valoración del progreso y resultados de aprendizaje de los estudiantes (apartado 8.2)
- Procedimiento para la evaluación de la actividad docente del profesorado (apartado 9.2.2)
- Procedimiento para la garantía de calidad de las prácticas externas integradas en el plan de estudio (apartado 9.3.1)
- Procedimiento para la gestión de la movilidad de estudiantes (apartado 9.3.2)
- Procedimiento para la recopilación y análisis de información sobre inserción laboral (apartado 9.4.1)

- o Procedimiento para el análisis de la satisfacción de los distintos colectivos implicados (apartado 9.5.2)
- o Procedimiento para la gestión y revisión de incidencias, reclamaciones y sugerencias (apartado 9.5.3)

Los informes realizados habrán de ser aprobados por Junta de Centro, donde se podrán proponer sugerencias al respecto. Asimismo determinará si cabe un proceso de suspensión de la enseñanza y/o del desarrollo de un nuevo plan de estudio. Si las medidas que se propongan implican la modificación del plan de estudio, habrán de ser aprobadas por Junta de Centro y Consejo de Gobierno, según la normativa vigente, antes de su envío a la ANECA para su valoración. Si la ANECA considera que tales modificaciones no suponen un cambio en la naturaleza y objetivos del título inscrito en el Registro de Universidades, Centros y Títulos, o si han transcurrido tres meses sin pronunciamiento expreso, se considerará aceptada la propuesta de modificación. En caso contrario, se considerará que se trata de un nuevo plan de estudio y se procederá a actuar como corresponde a un nuevo título.

El Equipo de Dirección del Centro deberá proceder, en todo caso, a informar a las partes implicadas de los resultados y decisiones tomadas al respecto. Por aplicación del procedimiento para la Información Pública, que se describe en el apartado 9.5.4, los resultados de la revisión serán dados a conocer a todos los grupos de interés mediante los mecanismos establecidos en el mismo.

#### 6. Revisión, mejora y seguimiento

Los procesos de revisión y mejora del programa formativo se desarrollarán anualmente por la CCC. No obstante, la medición de los indicadores que le afectan se hará de acuerdo con el procedimiento para la Medición y Análisis de Resultados (apartado 9.5.1). Las propuestas serán consideradas en la planificación anual de la titulación. El seguimiento de las mismas corresponde a la CCC, quien valorará en qué medida esas propuestas se han contemplado en la

nueva planificación para mejorar las actividades de enseñanza y apoyo a estas, así como de los resultados del proceso formativo.

### 7. Evidencias y archivo

Los documentos generados en este procedimiento serán archivados por el Coordinador de Calidad del Centro.

Identificación del registro	Soporte de archivo	Responsable custodia	Tiempo de conservación
Informe de revisión y mejora de la oferta formativa	Papel o informático	Coordinador de Calidad del Centro	6 años
Acta de aprobación de la oferta formativa	Papel o informático	Coordinador de Calidad del Centro	6 años
Informes de resultados	Papel o informático	Coordinador de Calidad del Centro	6 años
Acta de aprobación de los resultados globales	Papel o informático	Coordinador de Calidad del Centro	6 años
Justificación de la difusión de los resultados del programa formativo	Papel o informático	Coordinador de Calidad del Centro	6 años

### 8. Responsabilidades

- Comisión de Calidad de Centro (CCC): Análisis de resultados e indicadores.
- Comisión de Titulación: Revisión y elaboración de informes y propuestas de mejora sobre el programa formativo.
- Equipo de Dirección del Centro: Define el órgano, unidades y/o grupos de interés involucrados en la garantía de calidad de los programas formativos. Asimismo, se encarga de la rendición de cuentas a las partes implicadas.
- Unidad de Evaluación y Mejora de la Calidad (UEMC): Asesoramiento y apoyo en la revisión y propuestas de mejora del programa formativo.

### 9.2.2. Procedimiento para la evaluación de la actividad docente del profesorado

La evaluación de la actividad docente del profesorado se integra dentro de la búsqueda de la mejora continua de la calidad. La ULL desarrolla el Programa de apoyo a la evaluación de la actividad docente del profesorado (DOCENTIA) propuesto por la ANECA.

#### 1. Objeto

El objeto del presente procedimiento es establecer la sistemática por la cual se evalúa, promociona, reconoce e incentiva la labor docente del Personal Docente e Investigador (PDI) de la Universidad de La Laguna.

#### 2. Alcance

El presente documento es de aplicación a todo el personal académico que presta sus servicios en los Centros de la Universidad de La Laguna.

#### 3. Referencias/Normativa

RD 1393/2007 de 29 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales. BOE n. 260 de 30/10/2007.

Procedimiento de evaluación Programa DOCENTIA de la ULL  
Ley Orgánica 15/1999 de 13 de diciembre de Protección de Datos de Carácter Personal (LOPD). BOE n. 298 de 14 de diciembre de 1999

Decreto 89/2004, de 6 de julio, por el que se aprueban los Estatutos de la Universidad de La Laguna. BOE. núm. 272, de 11 de noviembre de 2004.

Ley Orgánica 4/2007, de 12 de abril, por la que se modifica la Ley Orgánica 6/2001, de 21 de diciembre, de Universidades. BOE n. 89 de 13 de abril de 2007

Ley Orgánica 6/2001, de 21 de diciembre, de Universidades. BOE N° 307 de 24 de diciembre de 2001.

## Plan Estratégico de la Universidad, si existiese

## 4. Definiciones

No se considera necesario establecer definiciones en este procedimiento.

## 5. Desarrollo

El Equipo de Gobierno define el órgano, unidades y/o grupos de interés involucrados en los procesos de evaluación, promoción, reconocimiento e incentivos del profesorado. El Vicerrectorado de Profesorado y Calidad Docente realiza anualmente la convocatoria de evaluación docente. La gestión de la misma es realizada por la Unidad de Evaluación y Mejora de la Calidad (UEMC) y el Comité de Evaluación creado a tal fin, teniendo de referencia la revisión y mejora de convocatorias anteriores. La evaluación de la actividad docente se desarrolla a través del Programa DOCENTIA presentado por la ANECA, Este programa garantiza la evaluación del profesorado en relación a su actividad docente, recogiendo a su vez las opciones de promoción, reconocimiento e incentivos asociados a dicha evaluación.

El profesorado podrá evaluarse de manera voluntaria durante la fase de pilotaje. Para ello, podrán presentarse profesores con más de 5 años de experiencia docente en la ULL, independientemente de su categoría profesional y relación contractual. A continuación se describe la propuesta de aplicación del proceso de evaluación de la actividad docente de la ULL (fase de pilotaje):

**Inicio de la convocatoria.** En la primera quincena del mes de septiembre el Vicerrectorado de Profesorado y Calidad de la Universidad de La Laguna iniciará la publicidad de la apertura de la convocatoria. Para ello deberán habilitarse los medios necesarios para que la información llegue a todos los interesados. En esta fase se establecerán las fechas más importantes del procedimiento de evaluación y se comunicará el protocolo (vía web y por correo electrónico a todo el personal docente e investigador).

**Presentación de solicitudes.** El profesorado podrá presentar su solicitud de evaluación, esta solicitud se deberá señalar el período sobre el cual se

realizará la evaluación, categoría docente, así como la docencia impartida y antigüedad. Las instancias de solicitud, deberán ser cumplimentadas y enviadas vía online y presentadas en formato papel al Vicerrectorado de Profesorado y Calidad Docente.

Elaboración y envío de informes. La UEMC recabará los informes del Decano/Director de Centro. Previamente, a través de correo electrónico, la UEMC habrá enviado la plantilla personalizada de cada profesor.

La Unidad de Evaluación y Mejora de la Calidad elaborará un informe por cada docente que enviará al Comité de Evaluación designado. El Comité de Evaluación analizará los informes y valorará de acuerdo a los criterios y dimensiones establecidas en el Manual. Durante el mes de abril los profesores evaluados recibirán los resultados de su evaluación de manera confidencial.

- Revisión de los resultados. El profesor podrá solicitar una revisión de sus resultados, para ello deberá rellenar una solicitud y enviarlo a la UEMC (formato papel), pudiendo acceder a su expediente si así lo requiriese. Esta solicitud de revisión deberá ser remitida a la UEMC.
- Resolución de evaluación. Una vez que se hayan revisado todas las reclamaciones, la Comisión de Evaluación emitirá un informe con la resolución alcanzada.

Los informes resueltos por la Comisión de Evaluación se enviarán al Servicio de Recursos Humanos de la Universidad de La Laguna para su inclusión en el expediente de cada profesor/a, a modo de certificado acreditativo de su evaluación.

- Presentación de recursos de alzada. El profesorado podrá presentar recurso de alzada al Rector contra la resolución del Comité de Evaluación en el plazo establecido para ello.
- Difusión de los resultados. La UEMC, respetando la confidencialidad de los resultados individuales, un informe con estadísticos generales sobre

los resultados de la evaluación a disposición de toda la comunidad universitaria a través de la página Web de la UEMC.

La lista de profesores evaluados con excelencia podrá ser igualmente difundida con objeto de su reconocimiento público previo consentimiento del interesado, en la Web del Vicerrectorado de Profesorado y Calidad Docente de la ULL.

#### 6. Revisión, mejora y seguimiento

La revisión y mejora del procedimiento para la evaluación, promoción e incentivos del profesorado se realizará anualmente. La medición de los indicadores que le afectan se hará de acuerdo con el procedimiento para la Medición y Análisis de Resultados (apartado 9.5.1).

Las propuestas serán consideradas en la planificación anual de la titulación. El seguimiento de las mismas corresponde a la Comisión de Evaluación, quien valorará en qué medida esas propuestas se contemplan en la nueva planificación anual (manual de evaluación) y mejoran los resultados del proceso.

#### 7. Evidencias y archivo

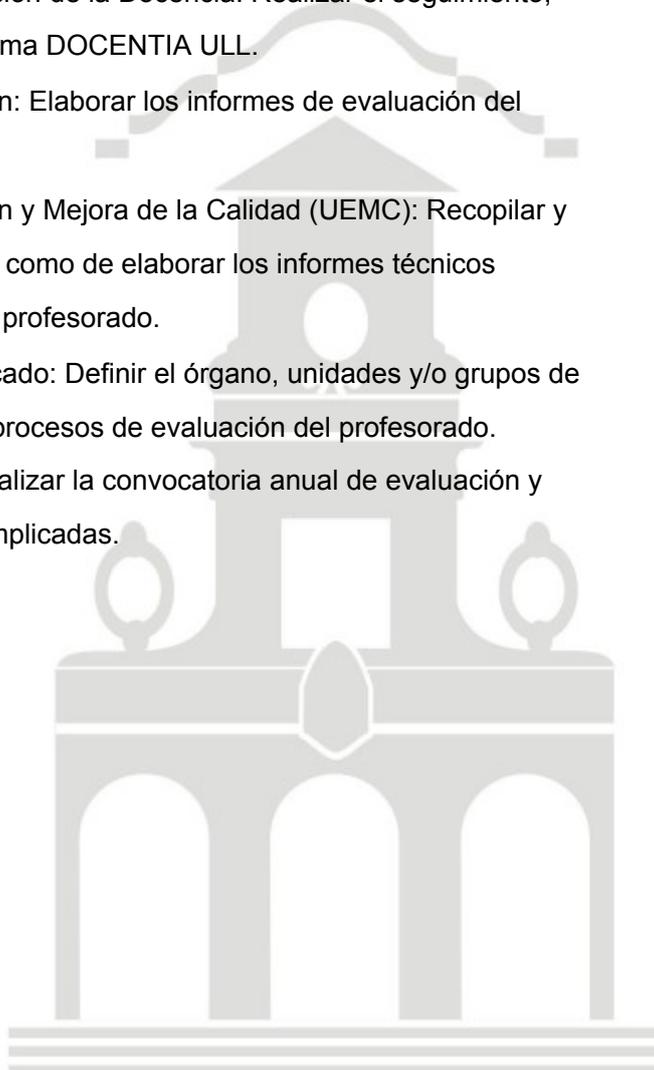
Los documentos generados en este procedimiento serán archivados por la Unidad de Evaluación y Mejora de la Calidad (UEMC).

Identificación del registro	Soporte de archivo	Responsable custodia	Tiempo de conservación
Convocatoria anual de evaluación docente	Papel o informático	UEMC	6 años
Solicitud de evaluación	Papel o informático	UEMC	6 años
Encuestas de satisfacción del alumnado	Papel o informático	UEMC	6 años
Autoinforme profesorado	Papel o informático	UEMC	6 años
Informe de responsables académicos	Papel o informático	UEMC	6 años
Informes técnicos	Papel o informático	UEMC	6 años

Informes de evaluación de profesorado	Papel o informático	UEMC	6 años
Solicitud de revisión	Papel o informático	UEMC	6 años
Informe final de evaluación	Papel o informático	UEMC	6 años
Justificación de la difusión de resultados de la evaluación docente	Papel o informático	UEMC	6 años
Informe de revisión y mejora de la evaluación PDI	Papel o informático	UEMC	6 años

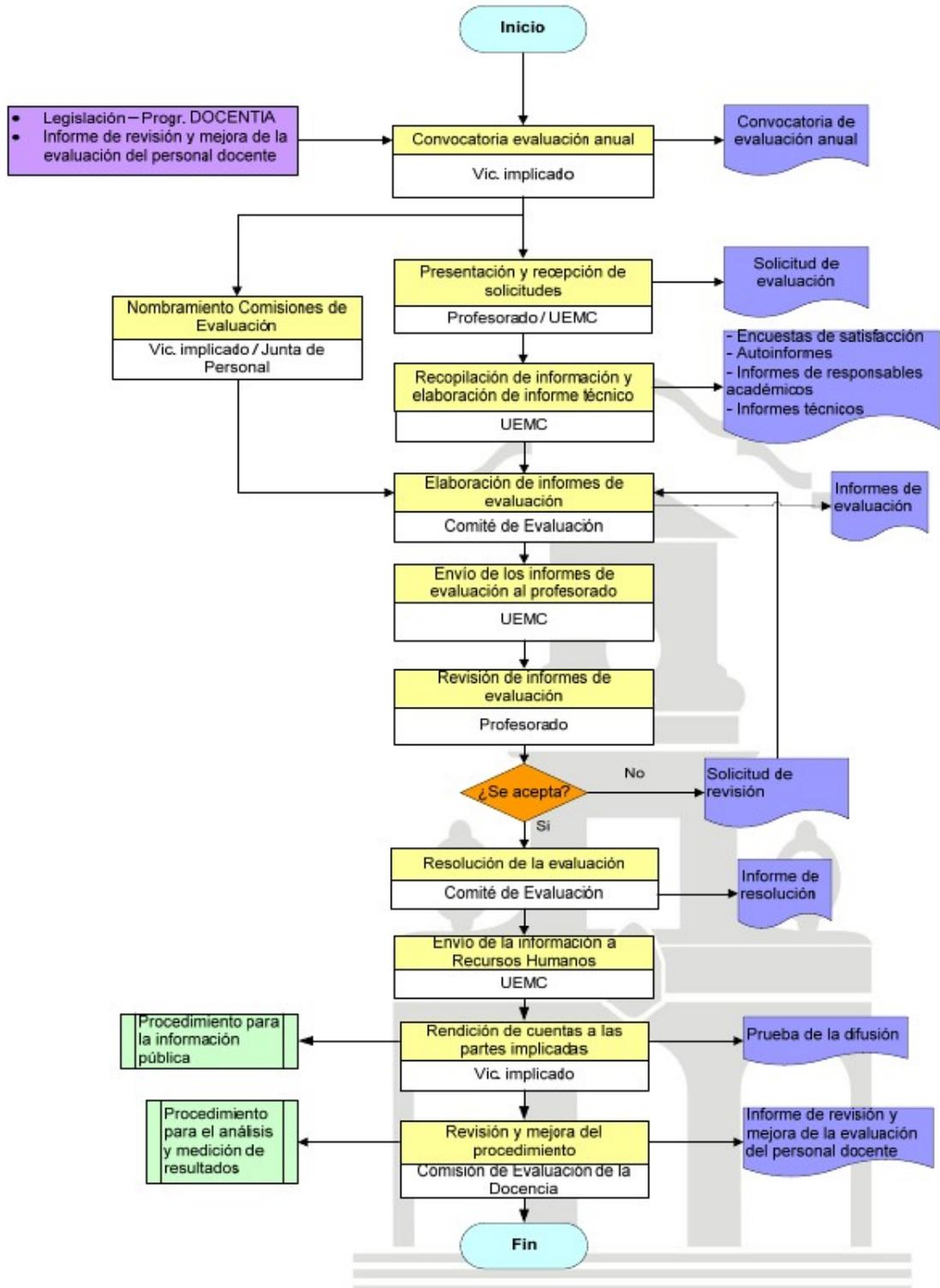
### 8. Responsabilidades

- Comisión de Evaluación de la Docencia: Realizar el seguimiento, revisión y mejora del Programa DOCENTIA ULL.
- Comité de Evaluación: Elaborar los informes de evaluación del profesorado.
- Unidad de Evaluación y Mejora de la Calidad (UEMC): Recopilar y canalizar la información, así como de elaborar los informes técnicos relativos a la evaluación del profesorado.
- Vicerrectorado implicado: Definir el órgano, unidades y/o grupos de interés involucrados en los procesos de evaluación del profesorado. Asimismo le corresponde realizar la convocatoria anual de evaluación y rinde cuentas a las partes implicadas.



9. Diagrama de flujo

Procedimiento para la evaluación de la actividad docente del profesorado



### 9.3 Procedimiento para garantizar la calidad de las prácticas externas y los programas de movilidad

Dentro del Espacio Europeo de la Enseñanza Superior cobran especial relevancia la gestión de las prácticas externas y los programas de movilidad. Así, en este apartado se desarrollan los procedimientos:

Procedimiento para la garantía de la calidad de las prácticas externas integradas en el plan de estudio

Procedimiento para la garantía de calidad de la movilidad de los estudiantes

#### 9.3.1. Procedimiento para la garantía de calidad de las prácticas externas integradas en el plan de estudio

La realización de las prácticas externas a efectos del reconocimiento como créditos (Art. 12.6 del RD 1393/2007) se regulará de acuerdo a los convenios que se firmen conforme al reglamento para la gestión de los convenios en la ULL.

##### 1. Objeto

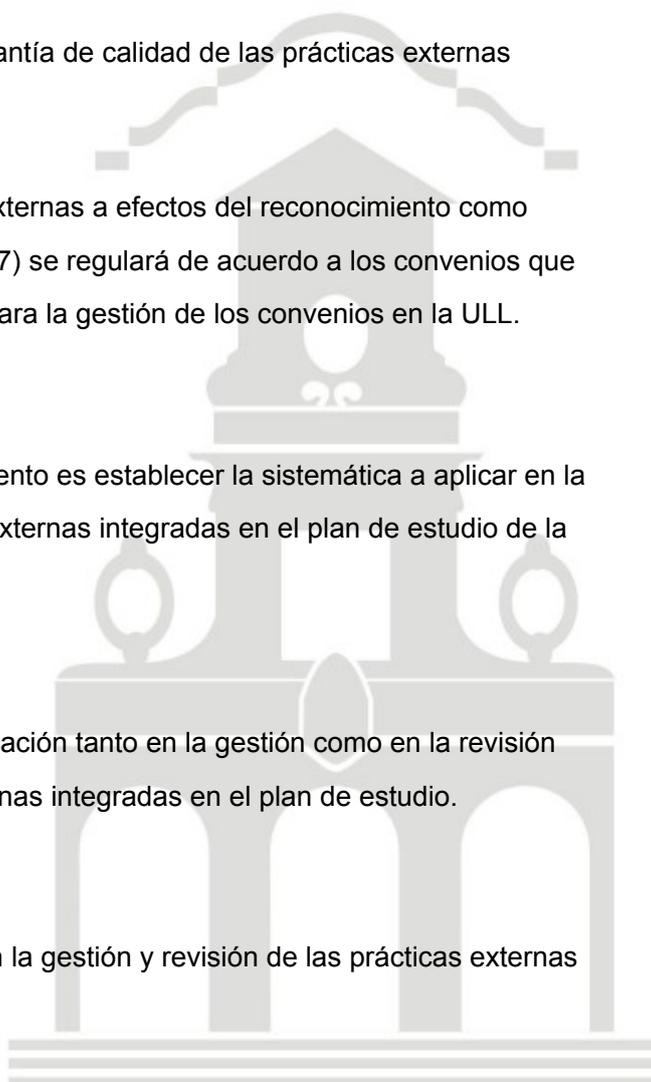
El objeto del presente procedimiento es establecer la sistemática a aplicar en la gestión y revisión de las prácticas externas integradas en el plan de estudio de la Titulación de Grado en Turismo

##### 2. Alcance

Este procedimiento será de aplicación tanto en la gestión como en la revisión del desarrollo de las prácticas externas integradas en el plan de estudio.

##### 3. Referencias/Normativa

Las fuentes a tener en cuenta en la gestión y revisión de las prácticas externas son, entre otras:



RD 1393/2007 de 29 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales. BOE n. 260 de 30/10/2007.

Ley Orgánica 15/1999 de 13 de diciembre de Protección de Datos de Carácter Personal (LOPD). BOE n. 298 de 14 de diciembre de 1999

Plan de Estudio de la Titulación

Perfil de ingreso y egreso

Normativa de la Universidad sobre las Prácticas Externas, si existiera

Estudios sobre el entorno profesional, si existiera

#### 4. Definiciones

Prácticas externas: Actividades realizadas por los estudiantes en empresas, instituciones y/o entidades públicas o privadas, esto es, en centros fuera de la universidad.

#### 5. Desarrollo

El Equipo de Dirección del Centro define el órgano, unidades y/o grupos de interés involucrados en la gestión de las prácticas externas. En este caso, designa a una Comisión de Prácticas quien define los objetivos, contenidos y requisitos mínimos de las prácticas en empresa. La Comisión de Titulación deberá revisar los objetivos, contenidos y requisitos mínimos definidos por la Comisión de Prácticas, siendo posteriormente aprobados por la Junta de Centro. Una vez aprobados, la Comisión de Prácticas busca y selecciona las empresas o instituciones con las que establecer los convenios de colaboración.

Una vez firmados los convenios, la Comisión de Prácticas realizará la planificación de las mismas y prepara el material para la difusión entre los estudiantes, según el procedimiento para la Información Pública (apartado 9.5.4).

Cuando se haga pública la convocatoria de plazas se asignarán los estudiantes a las empresas (por parte de la Comisión de Prácticas) y se desarrollarán las

prácticas en las mismas, apoyadas por las acciones de orientación al estudiante que se consideren necesarias, desarrollándose a su vez el seguimiento de estas.

#### 6. Revisión, mejora y seguimiento

La revisión y mejora de la gestión de las prácticas externas la desarrolla la CCC, anualmente, a partir de la medición de los indicadores de acuerdo con el procedimiento para la Medición y Análisis de Resultados (apartado 9.5.1). Las propuestas de mejora serán utilizadas en la planificación anual de la titulación en general así como en la definición de los objetivos, contenidos y requisitos mínimos de las prácticas en empresa del curso siguiente por parte de la Comisión de Prácticas. Por aplicación del procedimiento para la Información Pública (apartado 9.5.4), los resultados de la revisión que se consideren adecuados serán dados a conocer a todos los Grupos de Interés por los mecanismos establecidos en dicho procedimiento. El seguimiento de las mismas corresponde a la CCC, quien valorará en qué medida esas propuestas se han contemplado en la nueva planificación para mejorar las actividades de enseñanza y apoyo a estas, así como de los resultados del proceso formativo.

#### 7. Evidencias y archivo

Los documentos generados en este procedimiento serán archivados por el Coordinador de Calidad del Centro y el Administrador, en su caso.

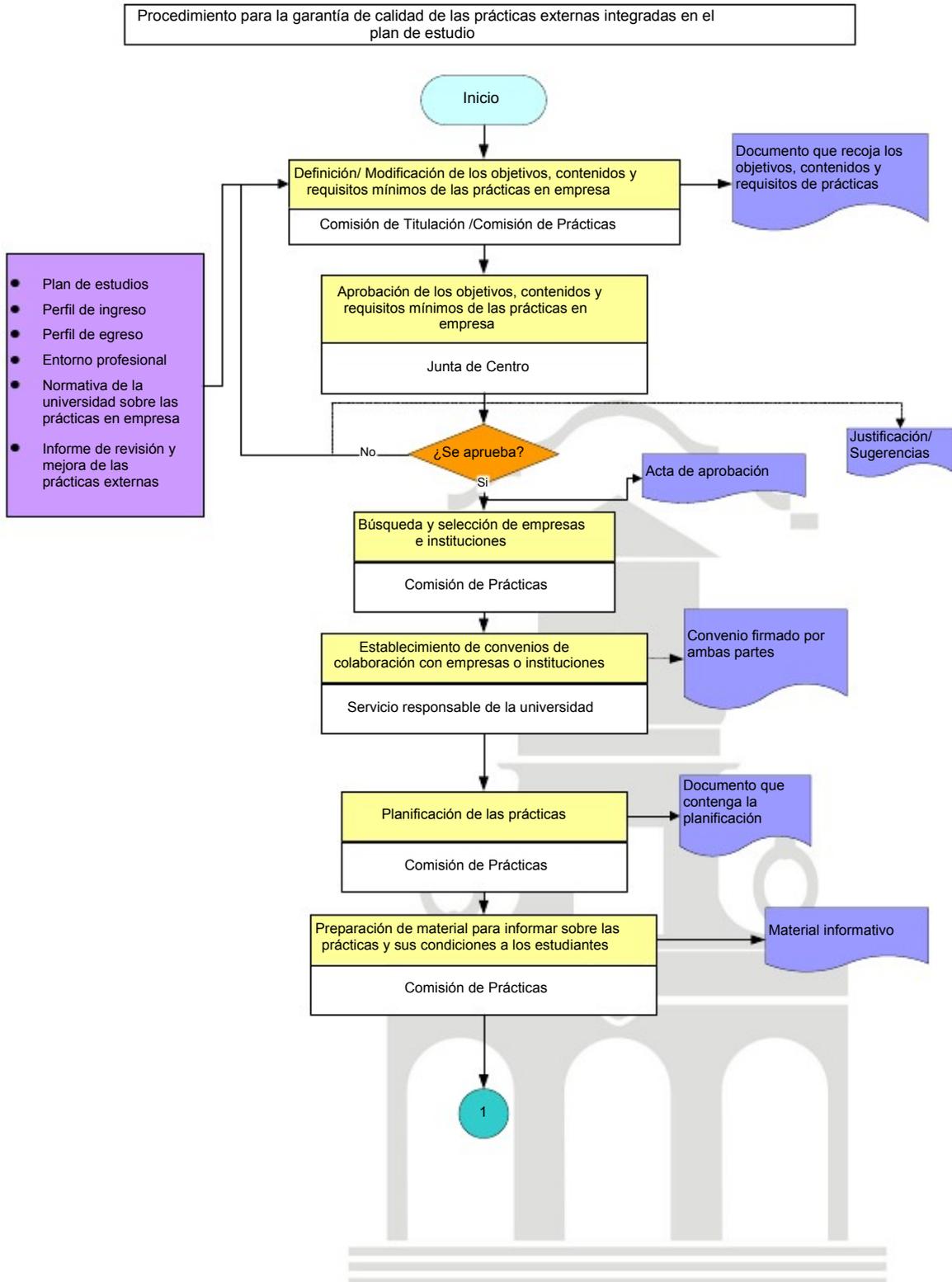
Identificación del registro	Soporte de archivo	Responsable custodia	Tiempo de conservación
Documento que recoja los objetivos, contenidos y requisitos de las prácticas en empresas	Papel o informático	Coordinador de Calidad de Centro	6 años
Acta de aprobación de los objetivos, contenidos y requisitos de las prácticas en empresa	Papel o informático	Coordinador de Calidad de Centro	6 años
Documento con la justificación/sugerencias de la no aprobación de los objetivos, contenidos y requisitos de las prácticas	Papel o informático	Coordinador de Calidad de Centro	6 años

externas			
Convenio firmado entre Universidad y empresas/instituciones	Papel o informático	Administrador	6 años
Documento que recoja la planificación de las prácticas externas	Papel o informático	Coordinador de Calidad de Centro	6 años
Material informativo sobre las prácticas externas	Papel o informático	Coordinador de Calidad de Centro	6 años
Justificación de la difusión de la información sobre las prácticas externas	Papel o informático	Coordinador de Calidad de Centro	6 años
Documento que recoja la asignación de estudiantes a empresas/instituciones	Papel o informático	Coordinador de Calidad de Centro	6 años
Informe de revisión y mejora de las prácticas externas	Papel o informático	Coordinador de Calidad del Centro	6 años
Justificación de la difusión de resultados de las prácticas externas	Papel o informático	Coordinador de Calidad del Centro	6 años

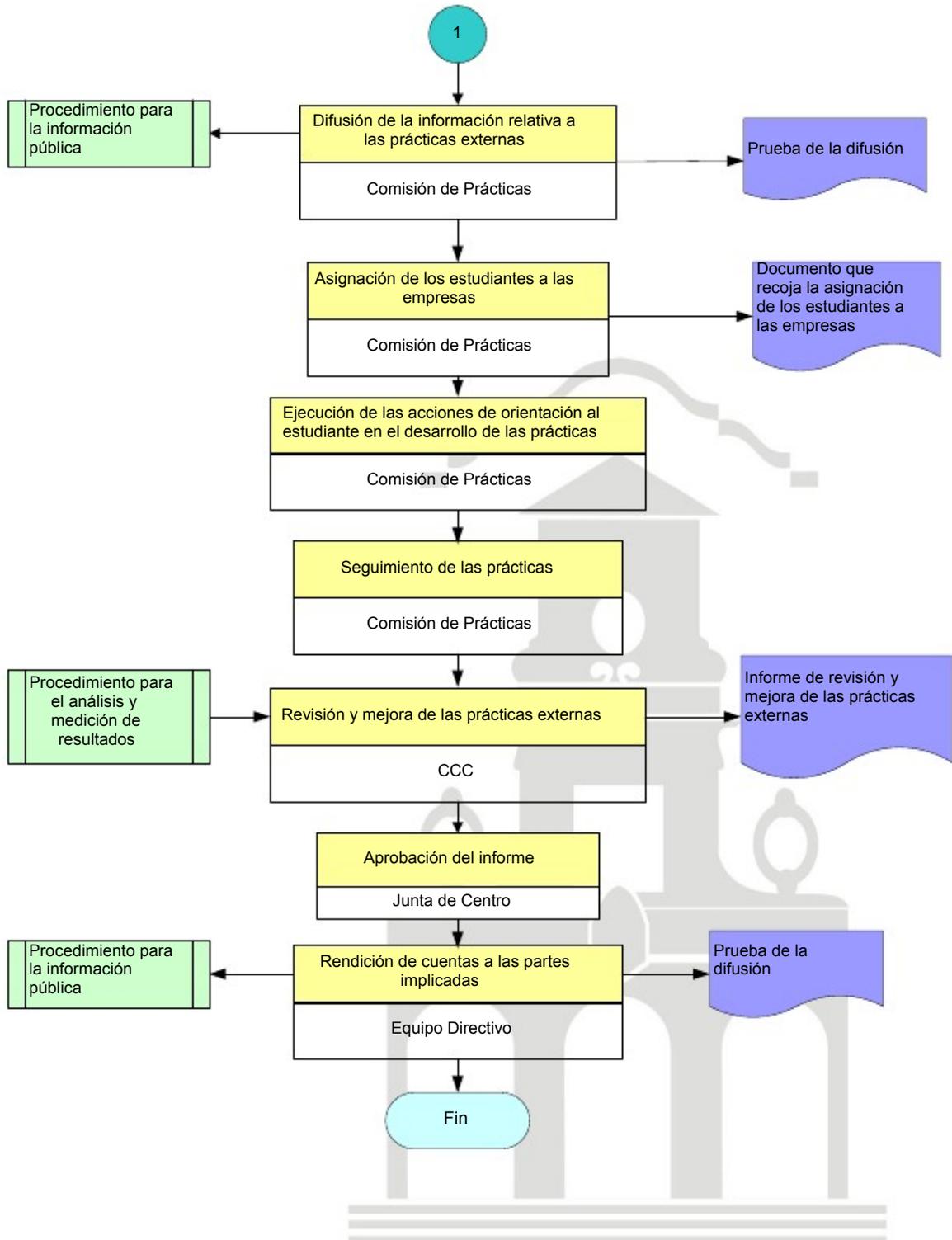
## 8. Responsabilidades

- Comisión de Calidad del Centro (CCC): Le corresponde revisar, proponer y hacer el seguimiento de las mejoras sobre el desarrollo de las prácticas externas en empresas/instituciones.
- Comisión de Prácticas: Es la encargada de definir los objetivos, contenidos y requisitos relativos a las prácticas externas. Asimismo le corresponde: búsqueda y selección de empresas e instituciones con las que establecer convenios, planificación y gestión de las prácticas y desarrollo de acciones de orientación al estudiante.
- Comisión de Titulación: Junto a la Comisión de Prácticas, se encarga de revisar los objetivos, contenidos y requisitos relativos a las prácticas externas.
- Equipo de Dirección del Centro: Es el encargado de definir el órgano, unidades y/o grupos de interés involucrados en la gestión de prácticas externas. Rendición de cuentas a las partes implicadas.
- Junta de Centro: Aprobar los objetivos, contenidos y requisitos de las prácticas externas.

### 9. Diagrama de flujo



Procedimiento para la garantía de calidad de las prácticas externas integradas en el plan de estudio



### 9.3.2. Procedimiento para la gestión de la movilidad de los estudiantes

La ULL tiene centralizados sus programas de movilidad de estudiantes a través de la Oficina de Relaciones Internacionales (ORI) y el Negociado de Becas (Programa de movilidad nacional SICUE / Becas SENECA), si bien en el Centro EUCE existe un coordinador encargado de los programas de movilidad.

#### 1. Objeto

El objeto del presente procedimiento es establecer la sistemática a aplicar en la gestión y revisión de los programas de movilidad de los estudiantes de la Titulación de Grado en Turismo

#### 2. Alcance

Este procedimiento será de aplicación tanto en la gestión como en la revisión del desarrollo de los programas de movilidad de los estudiantes de la titulación.

#### 3. Referencias/Normativa

Las fuentes a tener en cuenta en la gestión y revisión de los programas de movilidad son, entre otras:

Resolución anual del Vicerrectorado de Relaciones Universidad y Sociedad de la Universidad de La Laguna, por la que se establecen los criterios generales para la preselección de alumnos para la movilidad de estudios del programa LLP/Erasmus

Sistema de Intercambio entre Centros Universitarios (SICUE)

Convocatoria anual del programa de ayudas para la movilidad de estudiantes universitarios Séneca publicada por el MEC

Ley Orgánica 15/1999 de 13 de diciembre de Protección de Datos de Carácter Personal (LOPD). BOE n. 298 de 14 de diciembre de 1999

#### 4. Definiciones

Movilidad: Posibilidad o acción de pasar cierto período de tiempo estudiando o trabajando en otra institución de educación superior del propio

país o del extranjero. En el caso de estudiantes, el programa debe llevar asociado el reconocimiento académico de las materias impartidas durante la estancia.

## 5. Desarrollo

El Equipo de Gobierno y Equipo de Dirección del Centro definen el órgano, unidades y/o grupos de interés involucrados en los procesos de gestión de movilidad del estudiante. En el caso del Centro EUCE se definirá la figura de un Coordinador responsable de los programas de movilidad, responsable además de promover actividades para fomentar la participación de los estudiantes en este tipo de programas, y quienes mantendrán informada a la Comisión de Calidad de los resultados obtenidos. En lo que se refiere a la Universidad, son la ORI y el Negociado de Becas los que informarán a los estudiantes a través de sus páginas web sobre la existencia de los diferentes programas de movilidad.

El Coordinador de movilidad del centro analizará la información necesaria para gestionar los procesos de movilidad (universidades con las que establecer los convenios, preferencias de los estudiantes, etc.). A continuación, la ORI establecerá los convenios que proceden con las universidades correspondientes, por iniciativa propia o a petición del Centro, a través del Coordinador de movilidad. Posteriormente se planificarán las acciones de movilidad y se elaborarán los materiales de difusión de los programas de movilidad.

A continuación, los estudiantes tramitarán su participación en los programas a través de la ORI. Una vez que el alumno ha sido seleccionado y acepta la beca de movilidad, la ORI/Negociado de Becas gestiona la documentación para presentarla en la Universidad de destino y, junto al Coordinador correspondiente, resuelve cualquier incidencia que pudiera presentarse. El estudiante estará apoyado en el desarrollo de la movilidad por el Coordinador de movilidad en el centro. Finalizada la estancia los alumnos participantes verán reconocidos, según

la normativa en vigor, las asignaturas cursadas según la valoración asignada por la Universidad receptora.

Los convenios de movilidad para estudiantes procedentes de otras universidades son establecidos por la ORI/Negociado de Becas. La acogida de los alumnos entrantes será realizada por la ORI y por el Coordinador de movilidad para los programas internacionales y nacionales, respectivamente. La matriculación, orientación e información de estos alumnos se hace de manera conjunta entre la ORI, los Coordinadores de movilidad y la Secretaría del Centro, que también serán los encargados de solucionar cualquier incidencia que surja durante la estancia del alumno en la ULL. Estas incidencias, caso de producirse, serán tenidas en cuenta para la mejora de los programas de movilidad.

El Equipo de Dirección del Centro rendirá cuenta, de forma periódica, de los resultados de movilidad y, como consecuencia, de las propuestas de mejora que considere procedentes, a través del procedimiento para la Información Pública (apartado 9.5.4).

#### 6. Revisión, mejora y seguimiento

La revisión y mejora de los procesos de movilidad la desarrolla la CCC, anualmente, a partir de los indicadores que le afectan, que se determinarán de acuerdo con el procedimiento para la Medición y Análisis de Resultados (apartado 9.5.1), elaborando un informe que debe ser aprobado por la Junta de Centro para posteriormente ser difundido entre la comunidad educativa y los grupos de interés, por aplicación del procedimiento para la Información Pública (apartado 9.5.4). Las propuestas serán consideradas en la planificación anual de la titulación en general y de los programas de movilidad en particular. El seguimiento de las mismas corresponde a la CCC, quien valorará en qué medida esas propuestas se han contemplado en la nueva planificación para mejorar las actividades de enseñanza y apoyo a estas, así como de los resultados del proceso formativo.

## 7. Evidencias y archivo

Los documentos generados en este procedimiento serán custodiados por el coordinador de calidad del centro.

Identificación del registro	Soporte de archivo	Responsable custodia	Tiempo de conservación
Acuerdos o Convenios firmados por ambas partes	Papel o informático	Coordinador de Calidad del Centro	6 años
Documento que contenga la planificación de las actividades de movilidad	Papel o informático	Coordinador de Calidad del Centro	6 años
Documento informativo de los programas de movilidad	Papel o informático	Coordinador de Calidad del Centro	6 años
Justificación de la difusión de información relativa a los programas de movilidad	Papel o informático	Coordinador de Calidad del Centro	6 años
Documento con la relación de actividades de apoyo a los estudiantes que participan en programas movilidad	Papel o informático	Coordinador de Calidad del Centro	6 años
Informe de revisión y mejora de las acciones de movilidad de estudiantes	Papel o informático	Coordinador de Calidad del Centro	6 años
Justificación de la difusión de los resultados de la movilidad de estudiantes	Papel o informático	Coordinador de Calidad del Centro	6 años

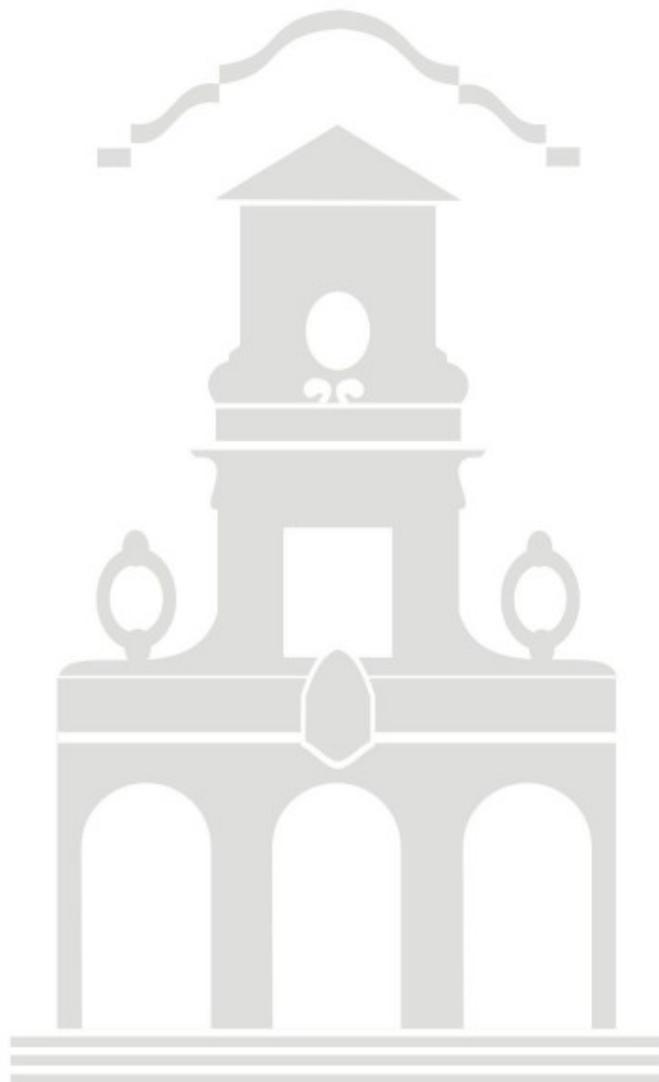
## 8. Responsabilidades

- Coordinador de movilidad: Es el responsable de definir la política, objetivos y convenios de los programas de movilidad, así como su gestión y desarrollo.
- Comisión de Calidad del Centro (CCC): Es la responsable de revisar y proponer mejoras acerca del procedimiento relacionado con la movilidad de estudiantes, así como rendir cuentas a las partes implicadas.

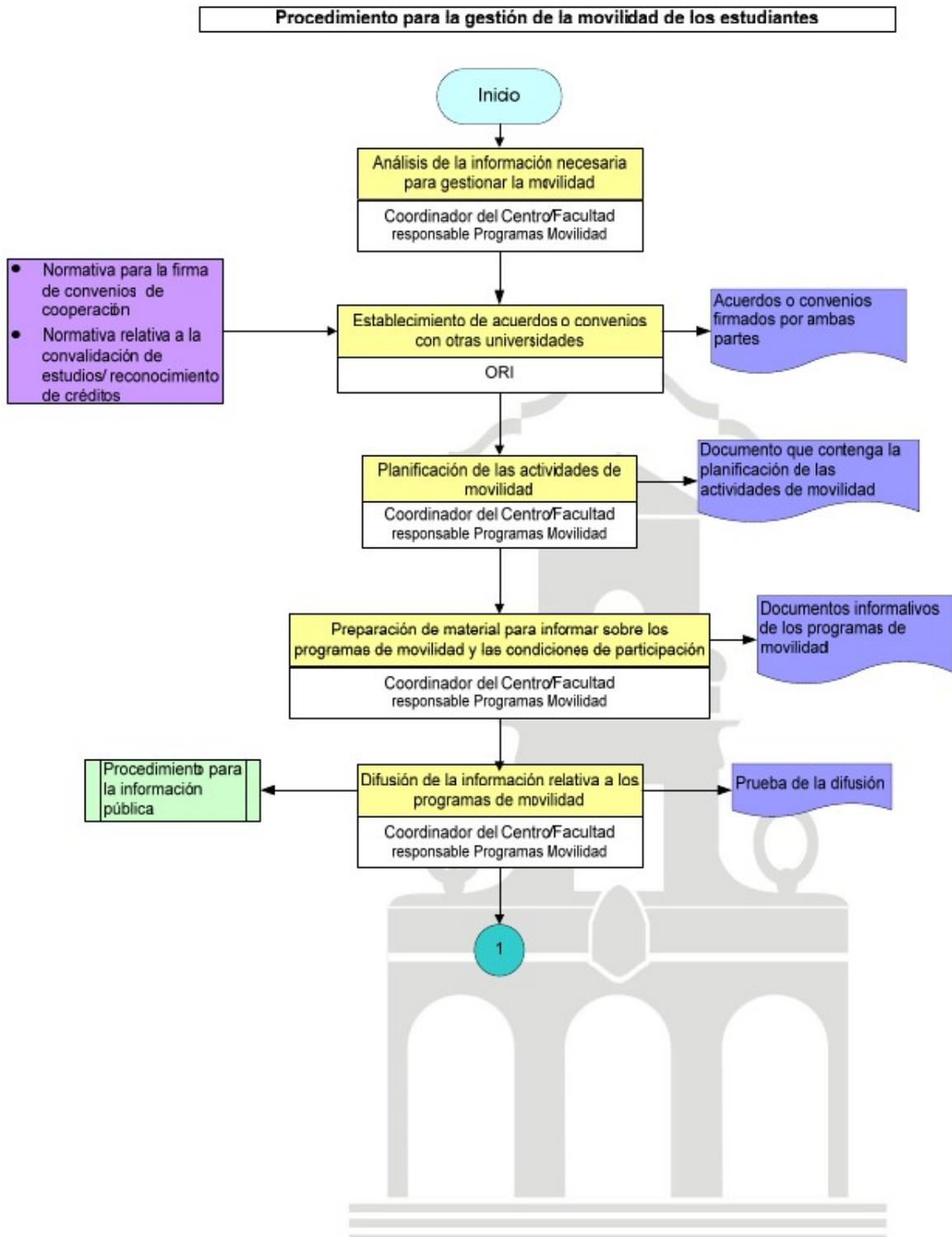
- Equipo de Dirección del Centro: Definición del órgano, unidades o personas involucradas en la gestión de la movilidad del estudiante.

Rendición de cuentas a las partes implicadas.

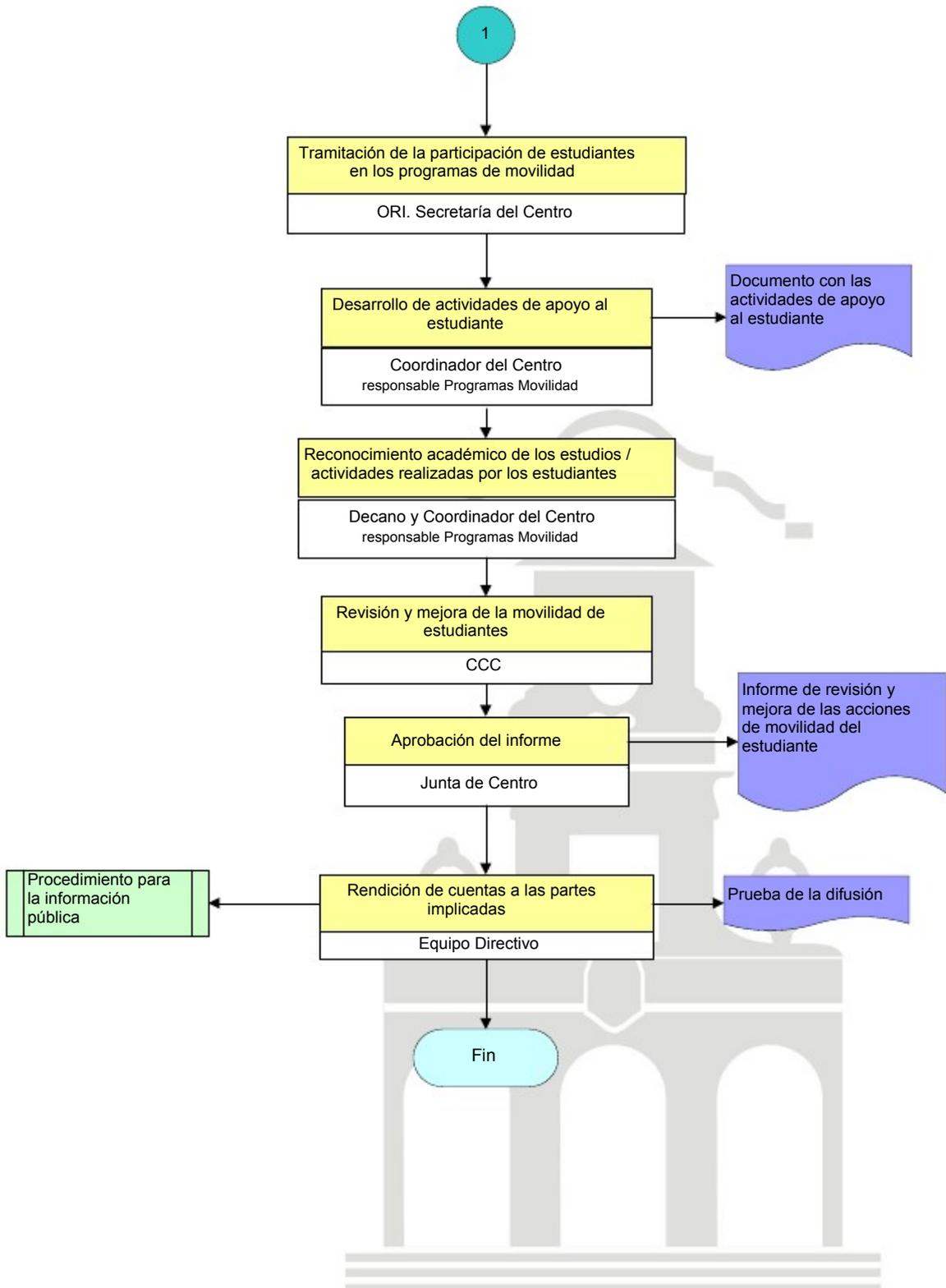
- Oficina de Relaciones Internacionales (ORI)/Negociado de Becas: Establece convenios con otras universidades y tramita la participación de los estudiantes en los programas de movilidad.



9. Diagrama de flujo:



Procedimiento para la gestión de la movilidad de los estudiantes



## 9.4 Procedimiento de análisis de la inserción laboral de los graduados y de la satisfacción con la formación recibida

### 1. Objeto

El objeto del presente procedimiento es establecer la sistemática a aplicar el modo en el que el Centro EUCE recibe, analiza y utiliza los estudios de inserción laboral de los egresados de la ULL, así como la satisfacción de los mismos con la formación recibida. El fin último es la mejora de sus Titulaciones.

### 2. Alcance

El alcance de este procedimiento abarca la inserción laboral de los egresados y la satisfacción con la formación recibida tras la finalización de la Titulación de Grado en Turismo

### 3. Referencias/Normativa

Las fuentes a tener en cuenta son, entre otras:

RD 1393/2007 de 29 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales. BOE n. 260 de 30/10/2007.

Ley Orgánica 15/1999 de 13 de diciembre de Protección de Datos de Carácter Personal (LOPD). BOE n. 298 de 14 de diciembre de 1999

Procedimientos establecidos por el GAP al respecto

Procedimientos establecidos por el OPSIL al respecto

### 4. Definiciones

Indicador: Expresión cualitativa o cuantitativa para medir hasta qué punto se consiguen los objetivos fijados previamente, en relación con los diferentes criterios a valorar para una enseñanza determinada (cada criterio se puede valorar con uno o varios indicadores asociados).

Estudios de inserción laboral: Trabajos dirigidos a recopilar, analizar y presentar la incorporación, en este caso, de los titulados universitarios a un puesto de trabajo y al mantenimiento del mismo.

## 5. Desarrollo

### Recopilación de información sobre Inserción Laboral

El Vicerrectorado de Ordenación Académica define el órgano, unidades y/o grupos de interés involucrados en los procesos de análisis de la inserción laboral de los egresados. El Gabinete de Análisis y Planificación (GAP) y el Observatorio Permanente para el Seguimiento de la Inserción Laboral (OPSIL) serán los principales responsables en el desarrollo de mecanismos necesarios para la recogida y análisis estadístico de los resultados de inserción laboral.

El GAP identificará anualmente los grupos de egresados objeto de estudio y transmitirá esa información al OPSIL. Con esa información, el OPSIL determinará las categorías, indicadores (situación laboral de los egresados; relación del tipo de empleo con la titulación cursada; tiempo para conseguir el primer empleo, etc.) y mecanismos de obtención de información. Para conseguir información sobre la inserción laboral el OPSIL tiene establecido un convenio con el Servicio Canario de Empleo y la Seguridad Social por lo que obtiene datos de los titulados que trabajan por cuenta ajena y propia (contratados y autónomos). Esta información es obtenida de forma anual, elaborándose un informe que será remitido a los directores de los centros de la ULL.

Para conseguir información sobre la satisfacción de los egresados sobre los estudios realizados y sobre la inserción laboral, el OPSIL realiza encuestas a egresados, profesores y empleadores de forma bianual. Como resultado de estos estudios se obtiene un informe que también es remitido a los directores de los centros de la ULL.

Análisis de los resultados de Inserción Laboral y la satisfacción con la formación recibida

La Comisión de Calidad del Centro (CCC), una vez recibidos los informes de inserción laboral analizará los resultados y estableciendo propuesta que mejoren la calidad de la enseñanza, en última instancia es la Junta de Centro quien aprobará dichas mejoras para posteriormente ser puestas en marcha. Por aplicación del procedimiento para la Información Pública (apartado 9.5.4), los resultados del análisis de la inserción laboral serán dados a conocer a todos los grupos de interés por los mecanismos establecidos en dicho procedimiento.

#### 6. Revisión, mejora y seguimiento

El procedimiento será revisando tanto por el OPSIL en lo que respecta a la obtención y análisis técnico de la los datos de inserción laboral como por la CCC en lo relativo a el análisis y revisión de los datos, propuestas de mejora y seguimiento de las mismas. La revisión será bianual, a partir de la cual saldrán propuestas que serán consideradas en la posterior planificación del procedimiento. Por aplicación del procedimiento para la Información Pública (apartado 9.5.4), los resultados de la revisión que se consideren adecuados serán dados a conocer a todos los grupos de interés por los mecanismos establecidos en dicho procedimiento.

#### 7. Evidencias y archivo

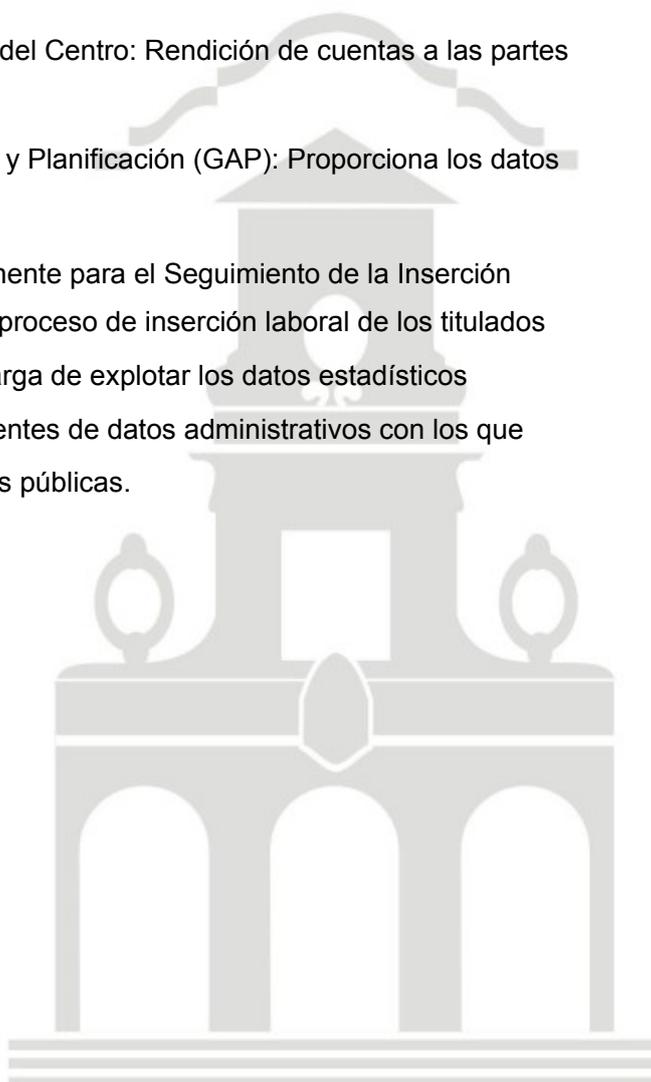
Los documentos generados en este procedimiento serán archivados por el responsable en el OPSIL y el Coordinador de Calidad del Centro.

Identificación del registro	Soporte de archivo	Responsable custodia	Tiempo de conservación
Bases de datos	Papel o informático	OPSIL	6 años
Cuestionarios de satisfacción	Papel o informático	OPSIL	6 años
Informes técnicos de resultados	Papel o informático	Coordinador de Calidad del Centro	6 años
Informe de análisis de resultados de inserción laboral y propuestas de mejora	Papel o informático	Coordinador de Calidad del Centro	6 años
Prueba de la difusión del análisis de resultados de	Papel o informático	Coordinador de Calidad del Centro	6 años

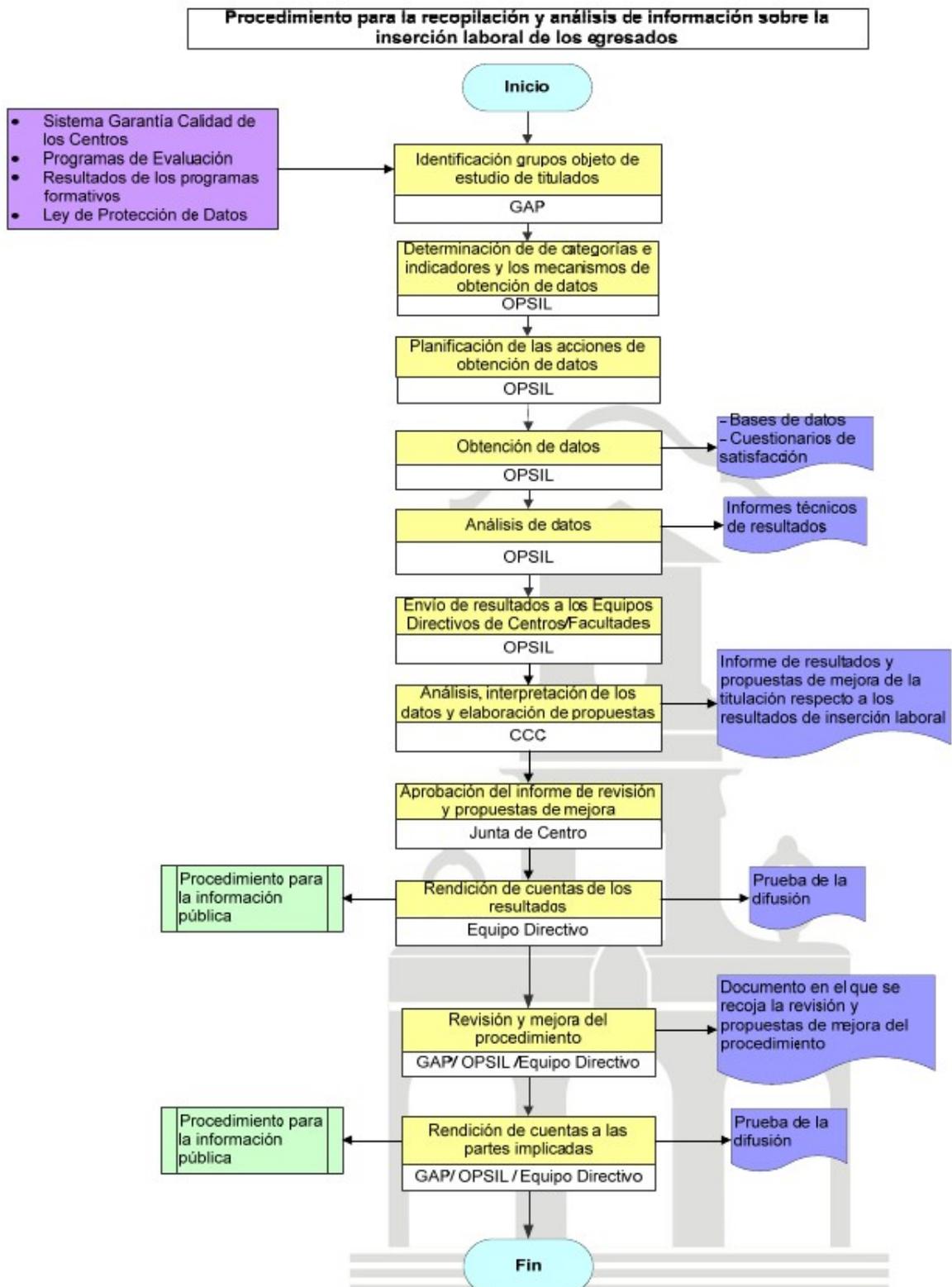
inserción laboral y propuestas de mejora			
Documento en el que se recojan la revisión y mejora del procedimiento	Papel o informático	Coordinador de Calidad del Centro	6 años
Prueba de la difusión de la revisión y mejora del procedimiento	Papel o informático	Coordinador de Calidad del Centro	6 años

## 8. Responsabilidades

- Comisión de Calidad del Centro: Analizar los resultados de Inserción Laboral de las Titulaciones del Centro y elaborar informe de propuestas de mejora.
- Equipo de Dirección del Centro: Rendición de cuentas a las partes implicadas.
- Gabinete de Análisis y Planificación (GAP): Proporciona los datos estadísticos al OPSIL.
- Observatorio Permanente para el Seguimiento de la Inserción Laboral (OPSIL): Analiza el proceso de inserción laboral de los titulados de la ULL. Para ello se encarga de explotar los datos estadísticos provenientes de distintas fuentes de datos administrativos con los que cuentan las administraciones públicas.



9. Diagrama de flujo



9.5 Procedimiento para el análisis de la satisfacción de los distintos colectivos implicados (estudiantes, personal académico y de administración y servicios, etc.) y de atención a la sugerencias y reclamaciones. Criterios específicos en el caso de extinción del título

El SGIC debe tener en cuenta a los distintos colectivos implicados en el programa formativo y a los grupos de interés. Por ello dispone de procedimientos y herramientas para recoger y tener en cuenta la satisfacción y sugerencias de los grupos de implicados en el programa formativo. Asimismo, se dota de mecanismos que le permiten garantizar la publicación periódica de la información actualizada relativa a las titulaciones. En el caso de la extinción de un programa formativo cuenta con mecanismos para salvaguardar los derechos y compromisos adquiridos con los estudiantes.

En este apartado se especifican los procedimientos:

Procedimientos para la medición y análisis de resultados

Procedimiento para el análisis de la satisfacción de los distintos colectivos implicados

Procedimiento para la gestión y revisión de incidencias, reclamaciones y sugerencias

Procedimiento para la información pública

Procedimiento y criterios de extinción de la titulación

#### 9.5.1. Procedimiento para la medición y análisis de resultados

El SGIC debe contar con procedimientos que le permitan garantizar que se miden, analizan y utilizan los resultados para la toma de decisiones y la mejora de la calidad del programa formativo.

##### 1. Objeto

Presentar cómo el Centro EUCE garantiza que se recopilan, miden y revisan los indicadores relativos a los resultados generados en el SGIC.

## 2. Alcance

El alcance de este procedimiento da cobertura a la Titulación de Grado en Turismo

## 3. Referencias/Normativa

Ley Orgánica 15/1999 de 13 de diciembre de Protección de Datos de Carácter Personal (LOPD). BOE n. 298 de 14 de diciembre de 1999

RD 1393/2007 de 29 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales. BOE n. 260 de 30/10/2007.

Decreto 89/2004, de 6 de julio, por el que se aprueban los Estatutos de la Universidad de La Laguna. BOE. núm. 272, de 11 de noviembre de 2004.

## 4. Definiciones

No se considera necesario establecer definiciones en este procedimiento

## 5. Desarrollo

El Vicerrectorado implicado y el Equipo de Dirección del Centro definen el órgano, unidades y/o grupos de interés involucrados en los procesos de medición y análisis de los resultados. La Unidad de Evaluación y Mejora de la Calidad (UEMC), el Gabinete de Análisis y Planificación (GAP) y la Comisión de Calidad del Centro (CCC) serán los principales responsables de la definición de indicadores así como de la recopilación y la revisión de los mismos.

En la información relativa a los indicadores (cuantitativos, documentales y valorativos) se señalará: la definición de cada uno los indicadores; fórmulas para determinarlos (en el caso que sean cuantitativos); el procedimiento al que corresponde; y los responsables de la universidad que disponen de tal información: UEMC, Gabinete de Análisis y Planificación (GAP), Vicerrectorados,

servicios, etc. Con una periodicidad anual, los indicadores medidos se recopilan, se revisan y se comprueba su validez por quien proceda, dependiendo del tipo de indicador que se trate: Comisión de Calidad del Centro, Unidad de Evaluación y Mejora de la Calidad (UEMC) o Gabinete de Análisis y Planificación (GAP). Si se detecta alguna ausencia o falta de fiabilidad en la información, se comunica a quién la ha proporcionado para su corrección. A continuación el GAP y la UEMC suministran la información correspondiente a la Comisión de Calidad, quien utilizará los indicadores para realizar la revisión y mejora de los procedimientos contemplados en el SGIC.

#### 6. Revisión, mejora y seguimiento

La revisión y mejora del procedimiento de medición y análisis de resultados se realizará anualmente por la UEMC. La medición de los indicadores que le afectan se hará de acuerdo con la periodicidad establecida en el documento de definición de indicadores. Las propuestas serán consideradas en la planificación anual de proceso y de los documentos que lo acompañan. El seguimiento de las mismas corresponde a la UEMC quien valorará en qué medida esas propuestas se han contemplado en la nueva planificación del procedimiento.

#### 7. Evidencias y archivo

Los documentos generados en este procedimiento serán archivados por el Coordinador de Calidad del Centro.

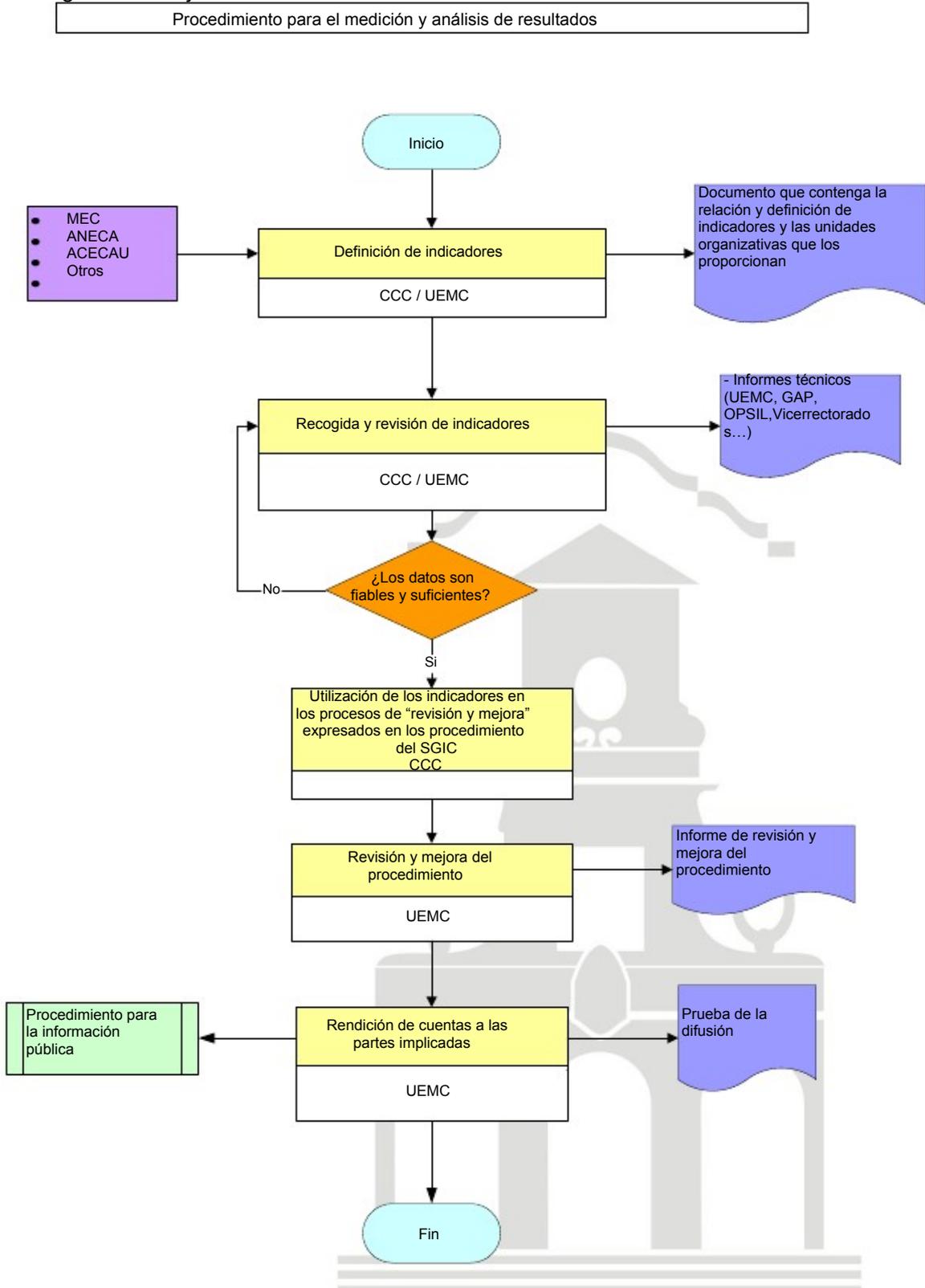
Identificación del registro	Soporte de archivo	Responsable custodia	Tiempo de conservación
Documento que contenga la relación y definición de indicadores y la unidades organizativas que los proporcionan	Papel o informático	Coordinador de Calidad del Centro	6 años
Informes técnicos	Papel o informático	Coordinador de Calidad del Centro	6 años
Informe de revisión y mejora del procedimiento	Papel o informático	Coordinador de Calidad del Centro	6 años
Justificación de la difusión de resultados del procedimiento de medición y análisis	Papel o informático	Coordinador de Calidad del Centro	6 años

## 8. Responsabilidades

- Comisión de Calidad del Centro: Recopilación y análisis de información.
- Equipo de Dirección del Centro y Vicerrectorado implicado: Se encarga de definir el órgano, unidades y/o grupos de interés en el análisis y definición de resultados.
- GAP: Definición de indicadores y recopilación y análisis de información.
- UEMC: Definición de indicadores y recopilación y análisis de información, revisión y mejora del procedimiento y rendición de cuentas a las partes implicadas.



9. Diagrama de flujo:



### 9.5.2. Procedimiento para el análisis de la satisfacción de los distintos colectivos implicados

De los resultados del programa formativo se debe considerar la satisfacción de los distintos grupos de interés (estudiantes, profesorado, personal de administración y servicios, egresados y empleadores), así como disponer de información sobre sus necesidades y expectativas, que permitan tomar decisiones sobre la mejora de la calidad de las enseñanzas impartidas.

#### 1. Objeto

El objeto del presente procedimiento es establecer la sistemática a aplicar a la hora de recopilar y analizar los resultados de satisfacción de estudiantes, personal académico, administración y servicios y otros agentes externos, relativa a la Titulación de Grado en Turismo

#### 2. Alcance

Este procedimiento será de aplicación a la Titulación de Grado en Turismo

#### 3. Referencias/Normativa

Programa de Evaluación de Titulaciones

Ley Orgánica 15/1999 de 13 de diciembre de Protección de Datos de Carácter Personal (LOPD). BOE n. 298 de 14 de diciembre de 1999

Conocimiento académico actualizado sobre los procesos de diseño, elaboración, aplicación y análisis de encuestas

#### 4. Definiciones

Indicador: Expresión cualitativa o cuantitativa para medir hasta qué punto se consiguen los objetivos fijados previamente en relación a los diferentes criterios a valorar para un programa determinado (cada criterio se puede valorar con uno o varios indicadores asociados).

## 5. Desarrollo

El Vicerrectorado implicado define el órgano, unidades y/o grupos de interés involucrados en los procesos de recogida y análisis de satisfacción de los agentes implicados. La Unidad de Evaluación y Mejora de la Calidad (UEMC) será el principal responsable en la obtención de los datos de satisfacción y elaboración de informes técnicos y la Comisión de Calidad del Centro en el análisis de esa información y toma de decisiones para la mejora de la titulación. La Comisión de Calidad del Centro (CCC), atendiendo a la periodicidad prevista, y a partir de la experiencia de los resultados anteriores, decide la muestra a encuestar, con el fin de poder obtener resultados que sean significativos; informando a la UEMC de estas decisiones.

La UEMC se responsabiliza de elaborar los instrumentos de medición de la satisfacción y aplicarlos a los diferentes grupos de interés. Dependiendo de cual sea el grupo de interés a encuestar, la UEMC establece los medios más acordes de los que disponga para recoger la información de cada uno de ellos (normalmente por medio de encuestas). Los datos que resultan son analizados por la UEMC, que elabora un informe técnico con los resultados obtenidos y en el que se recoge asimismo el valor de los indicadores del proceso. La CCC revisará los resultados de la satisfacción, estableciendo propuestas para mejorar los resultados, la Junta de Centro es la que aprobará la adecuación de las mejoras y el Equipo de Dirección del Centro será el encargado de informar a la sociedad en general atendiendo al procedimiento para la Información Pública (apartado 9.5.4).

## 6. Revisión, mejora y seguimiento

El procedimiento será revisando tanto por la UEMC en lo que respecta a la obtención y análisis técnico de los datos de satisfacción, como por la CCC en lo relativo a el análisis y revisión de los datos, propuestas de mejora y seguimiento de las mismas. La revisión será anual, a partir de la cual saldrán propuestas que serán consideradas en la posterior planificación del procedimiento. Por aplicación del procedimiento para la Información Pública (apartado 9.5.4), los resultados de

la revisión que se consideren adecuados serán dados a conocer a todos los grupos de interés por los mecanismos establecidos en dicho procedimiento.

### 7. Evidencias y archivo

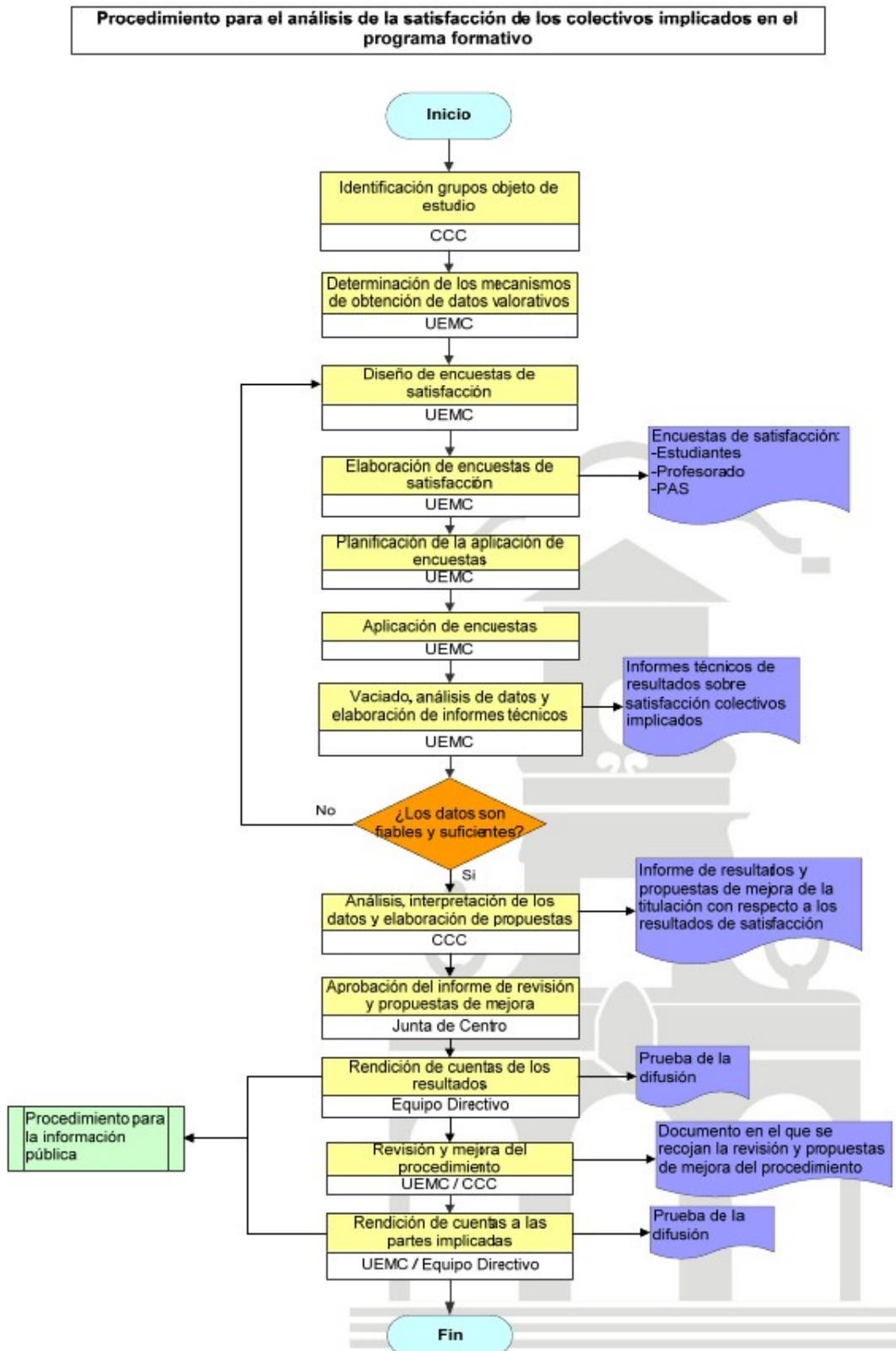
Los documentos generados en este procedimiento serán archivados por el Coordinador de Calidad del Centro.

Identificación del registro	Soporte de archivo	Responsable custodia	Tiempo de Conservación
Encuestas de satisfacción alumnado	Papel o informático	Coordinador de Calidad del Centro	6 años
Encuestas de satisfacción egresados	Papel o informático	Coordinador de Calidad del Centro	6 años
Encuestas de satisfacción profesorado	Papel o informático	Coordinador de Calidad del Centro	6 años
Encuestas de satisfacción PAS	Papel o informático	Coordinador de Calidad del Centro	6 años
Encuestas de satisfacción empleadores	Papel o informático	Coordinador de Calidad del Centro	6 años
Informe técnico de resultados	Papel o informático	Coordinador de Calidad del Centro	
Informe de revisión y mejora	Papel o informático	Coordinador de Calidad del Centro	6 años
Relación de canales de comunicación y difusión de la información	Papel o informático	Coordinador de Calidad del Centro	6 años

### 8. Responsabilidades

- Comisión de Calidad de Centro (CCC): Interpretación de datos sobre la satisfacción de los grupos implicados.
- Unidad de Evaluación y Mejora de la Calidad (UEMC): Es la responsable de planificar, gestionar, revisar y rendir cuentas sobre los procesos de análisis de satisfacción de los grupos implicados.
- Vicerrectorado implicado: Es el encargado de definir el órgano o unidades involucrados en los procesos de análisis de satisfacción.

9. Diagrama de flujo:



### 9.5.3. Procedimiento para la gestión y revisión de incidencias, reclamaciones y sugerencias

Las reclamaciones y sugerencias se consideran una fuente de información a través de la que se recoge la satisfacción de los implicados en la Titulación de Grado en Turismo. A continuación se presenta el procedimiento por el que se recogen y analizan las incidencias, reclamaciones y sugerencias relacionadas con dicha titulación.

#### 1. Objeto

El objeto del presente procedimiento es establecer la sistemática a aplicar en la gestión y revisión de las incidencias, reclamaciones y sugerencias de la Titulación de Grado en Turismo.

#### 2. Alcance

Este procedimiento será de aplicación tanto en la gestión como en la revisión del desarrollo de las incidencias, reclamaciones y sugerencias que se formulen a la Titulación de Grado en Turismo

#### 3. Referencias/Normativa

Las fuentes a tener en cuenta en la gestión y revisión de las incidencias, reclamaciones y sugerencias son, entre otras:

RD 1393/2007 de 29 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales. BOE n. 260 de 30/10/2007.

Ley Orgánica 15/1999 de 13 de diciembre de Protección de Datos de Carácter Personal (LOPD). BOE n. 298 de 14 de diciembre de 1999

Normativa de incidencias, reclamaciones y sugerencias de la Universidad, si la hubiera.

#### 4. Definiciones

**Incidencia:** Acontecimiento que sobreviene en el centro y tiene alguna repercusión en el mismo.

**Alegación:** Exposición documentada de un hecho o situación con el fin de conseguir alguna pretensión.

**Queja:** Expresión documentada a través de la que se manifiesta disconformidad con un hecho o situación.

**Reclamación:** Oposición o contradicción que se hace a algo como injusto, o mostrando no consentir en ello.

**Sugerencia:** Insinuación, inspiración, idea que se sugiere.

#### 5. Desarrollo

El Equipo de Dirección del Centro define el órgano, unidades y/o grupos de interés involucrados en la gestión de incidencias, reclamaciones y sugerencias. En este caso, será el mismo Equipo de Dirección del Centro el que gestione este procedimiento junto a los servicios u órganos objeto de incidencia, reclamación y sugerencia.

En primer lugar se definen los canales de atención de incidencias. Las incidencias se podrán interponer al Equipo de Dirección del Centro mediante la vía que proceda, preferentemente por escrito cumplimentando la hoja de incidencias correspondiente. Una vez recibida por el Equipo de Dirección del Centro, la enviará a la Comisión de Calidad del Centro, la enviará al Coordinador de Calidad del Centro, que procederá a su análisis y comunicación al Servicio o Departamento implicado/afectado.

El Servicio/Departamento afectado, o el propio Coordinador de Calidad del Centro en su caso, procede a considerar su resolución (queja/reclamación) o su viabilidad (sugerencia). Caso de tratarse de una felicitación, será comunicada al resto de miembros del Servicio/Departamento y se agradecerá al proponente. Una vez adoptadas las acciones para la solución de la queja/reclamación o puesta en

marcha de actividades para aplicar la sugerencia recibida, el Servicio o Departamento implicado comunica a quien haya interpuesto la queja/reclamación o la sugerencia la solución adoptada, en su caso. En el caso de no poder actuar sobre la misma, se lo comunicará al Coordinador de Calidad del Centro para que proceda a su envío a otras instancias.

El Servicio/Departamento implicado abrirá un expediente sobre la incidencia recibida, que mantendrá abierto hasta finalizar las acciones relativas a la misma. Una vez resuelta, remitirá los expedientes completos al Coordinador de Calidad del Centro para su conocimiento, archivo y seguimiento, si fuera necesario. La rendición de cuentas será llevada a cabo por el Coordinador de Calidad, según el procedimiento para la Información Pública (apartado 9.5.4), quien anualmente, informará a la Junta de Centro sobre los resultados de este proceso.

#### 6. Revisión, mejora y seguimiento

La Comisión de Calidad del Centro revisará anualmente el procedimiento y atendiendo a los resultados obtenidos, propondrá mejoras al respecto. La medición de los indicadores que le afectan se hará de acuerdo con el procedimiento para la Medición y Análisis de Resultados (apartado 9.5.1). Por aplicación del procedimiento para la Información Pública (apartado 9.5.4), los resultados de la revisión que se consideren adecuados serán dados a conocer a todos los grupos de interés por los mecanismos establecidos en dicho proceso.

#### 7. Evidencias y archivo

Los documentos generados en este procedimiento serán archivados por el Coordinador de Calidad del Centro. Una copia de los documentos será archivada también por el responsable del servicio implicado.

Identificación del registro	Soporte de archivo	Responsable custodia	Tiempo de conservación
Incidencias recibidas	Papel o informático	Coordinador de Calidad del Centro	6 años

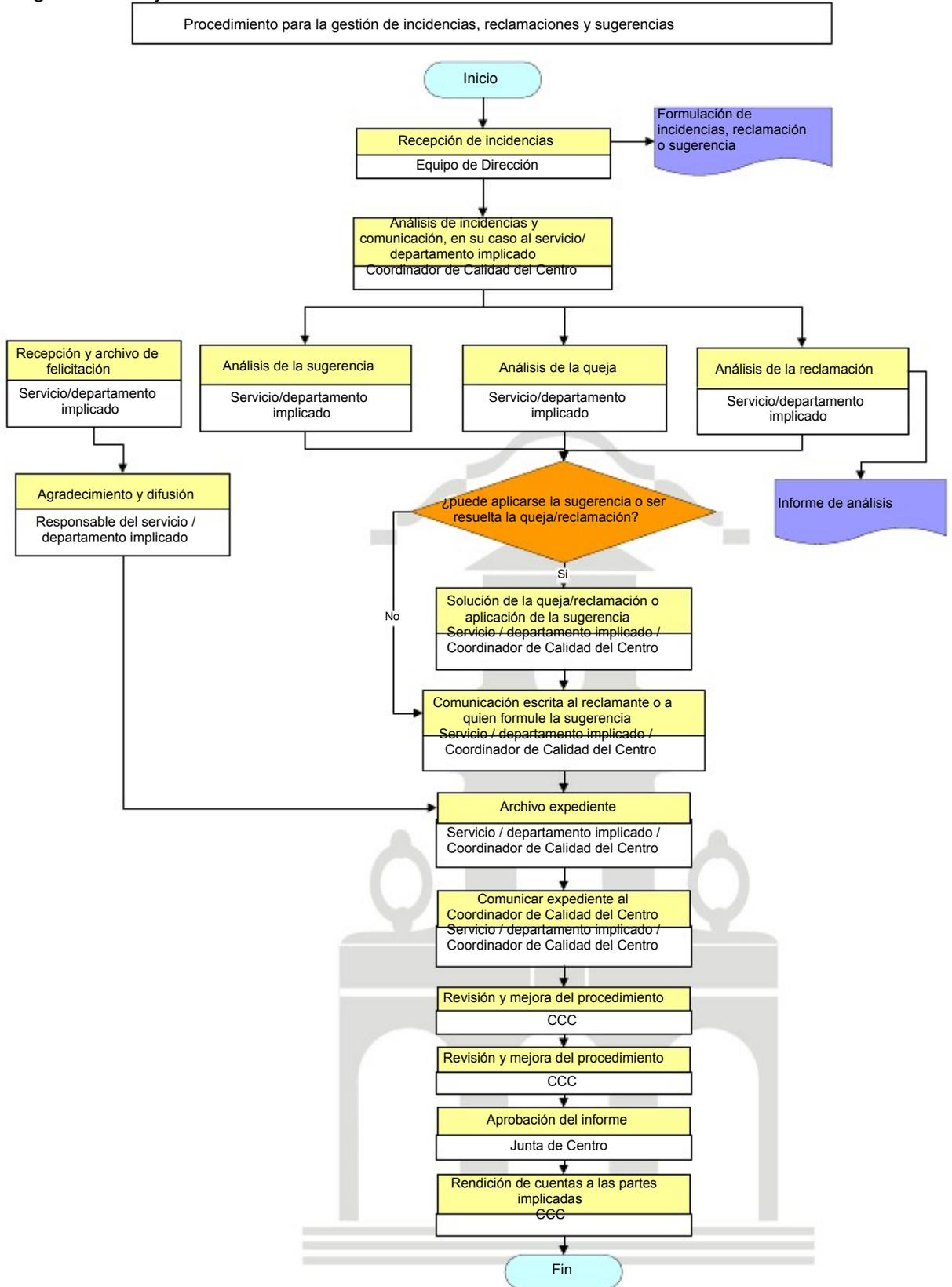
Informe de análisis	Papel o informático	Coordinador de Calidad del Centro	6 años
Comunicado al proponente	Papel o informático	Coordinador de Calidad del Centro	6 años
Documento en el que se recojan la revisión y mejora	Papel o informático	Coordinador de Calidad del Centro	6 años

## 8. Responsabilidades

- Comisión de Calidad del Centro (CCC): Le corresponde revisar y proponer mejoras sobre la gestión de las incidencias, reclamaciones y sugerencias.
- Coordinador de Calidad del Centro: Analizar y comunicar al departamento o servicio afectado, si se considera oportuno, las incidencias dirigidas al Centro. Archivar expedientes de incidencias dirigidas al Centro.
- Equipo de Dirección del Centro: Le corresponde la recepción de las alegaciones, quejas y propuestas.
- Responsable del servicio/unidad organizativa implicada: Se encarga de analizar, definir, desarrollar, archivar y rendir cuentas de las acciones correctivas, preventivas o de mejora.



9. Diagrama de flujo:



#### 9.5.4. Procedimiento para la información pública

A continuación se establece el procedimiento utilizado para publicar la información sobre el plan de estudio, su desarrollo y resultados de tal manera que dicha información llegue a todos los implicados o interesados (estudiantes, profesorado, personal de apoyo, futuros estudiantes, agentes externos, etc.).

##### 1. Objeto

El objeto del presente procedimiento es establecer el modo en el que el Centro EUCE hace pública la información actualizada relativa a las titulaciones que imparte para el conocimiento de sus grupos de interés, entre las que se encuentra la Titulación de Grado en Turismo.

##### 2. Alcance

El presente documento es de aplicación a la información relativa a todos los procedimientos que se desarrollan o afectan al Centro EUCE

##### 3. Referencias/Normativa

Ley Orgánica 15/1999 de 13 de diciembre de Protección de Datos de Carácter Personal (LOPD). BOE n. 298 de 14 de diciembre de 1999

Decreto 89/2004, de 6 de julio, por el que se aprueban los Estatutos de la Universidad de La Laguna. BOE. núm. 272, de 11 de noviembre de 2004.

Reglamento de Régimen Interno de Centro

Manual de funciones del Personal de Administración y Servicios

##### 5. Desarrollo

La Universidad y el Centro EUCE consideran un deber mantener informados a los grupos de interés sobre todos aquellos aspectos que tienen que ver con su estructura organizativa, titulaciones y programas. Por ello publican y revisan, periódicamente, información actualizada de las mismas. En este sentido, el Equipo

de Gobierno y/o el Equipo de Dirección del Centro definen el órgano, unidades y/o grupos de interés involucrados en el proceso de información pública.

La Comisión de Calidad del Centro o el órgano que corresponda, con periodicidad anual o inferior ante situaciones de cambio, decide qué información publicar, a qué grupos de interés va dirigida y el modo de hacerla pública. A continuación, el órgano implicado (en el caso del Centro será el Coordinador de Calidad del Centro) ha de obtener la información indicada bien en el propio Centro (el SGIC contiene y genera una buena parte de esa información) o en los correspondientes Servicios Universitarios.

A continuación se revisa esta información (en el centro será la Comisión de Calidad) comprobando que sea fiable y suficiente, y la pone a disposición del servicio o Equipo de Dirección del Centro para que sea éste quien se responsabilice de su difusión. Periódicamente se comprueba la actualización de la información publicada por un responsable (el Coordinador de Calidad en el Centro), haciendo llegar cualquier observación al respecto al servicio implicado o a la Comisión de Calidad para que sea atendida.

#### 6. Revisión, mejora y seguimiento

Un responsable del servicio o en el caso del Centro la CCC revisará anualmente el procedimiento y atendiendo a los resultados obtenidos, propondrá mejoras al respecto. La medición de los indicadores que le afectan se hará de acuerdo con la periodicidad establecida en el documento de definición de indicadores, de acuerdo con el procedimiento para la Medición y Análisis de Resultados (apartado 9.5.1). Por aplicación del procedimiento para la Información Pública (apartado 9.5.4), los resultados de la revisión que se consideren adecuados serán dados a conocer a todos los Grupos de Interés por los mecanismos establecidos en dicho procedimiento. En el Centro el Coordinador de Calidad se responsabiliza del seguimiento de las acciones de mejora quien

valorará en qué medida esas propuestas se han contemplado en la nueva planificación del procedimiento.

### 7. Evidencias y archivo

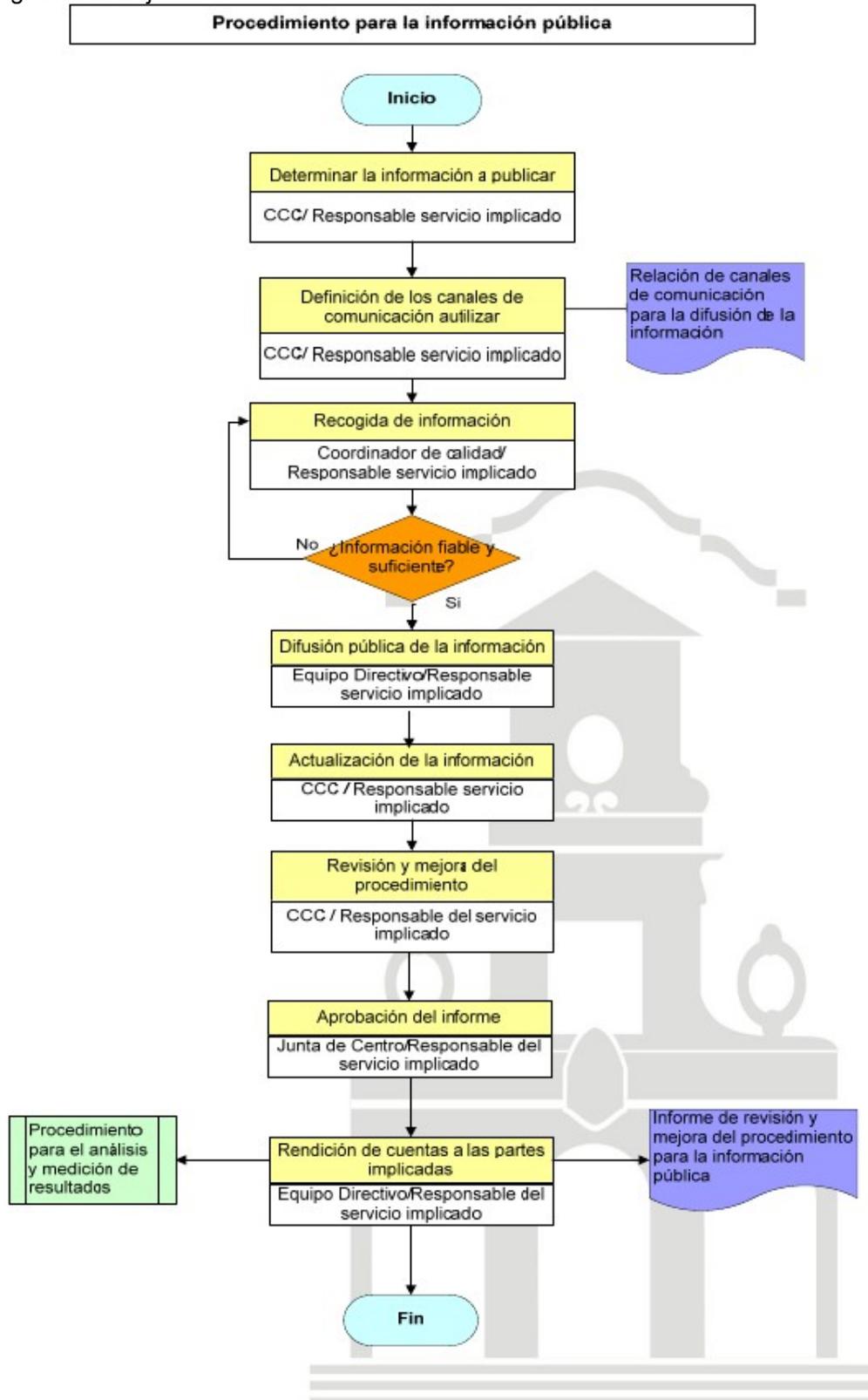
Los documentos generados en este procedimiento serán archivados por el Coordinador de Calidad del Centro.

Identificación del registro	Soporte de archivo	Responsable custodia	Tiempo de conservación
Relación de canales de comunicación para la difusión de la información	Papel o informático	Coordinador de Calidad del Centro	6 años
Informe de revisión y mejora del procedimiento para la información pública	Papel o informático	Coordinador de Calidad del Centro	6 años

### 8. Responsabilidades

- Comisión de Calidad del Centro (CCC) y órgano/unidad implicado: Proponer qué información publicar, a quién y cómo y validar la información obtenida.
- Coordinador de Calidad del Centro: Obtener la información derivada del SGIC para su revisión, mantener la actualización de la misma y hacer el seguimiento de las mejoras del procedimiento.
- Equipo de Dirección del Centro: Aprobar el contenido de la información a publicar, hacia quién va dirigida y el modo de hacerlo y difundir dicha información.

9. Diagrama de flujo



### 9.5.5. Procedimiento y criterios de extinción de la titulación

A continuación se recogen los mecanismos que la Titulación de Grado en EUCE ha previsto para salvaguardar los derechos y compromisos adquiridos con los estudiantes. Asimismo se presentan los criterios establecidos para interrumpir la impartición de la titulación.

#### 1. Objetivo

El objeto del presente procedimiento es establecer los criterios de extinción de una titulación o enseñanza y los mecanismos por el cuál el Centro EUCE garantiza que, en caso de suspensión de una titulación oficial, los estudiantes que hubiesen iniciado las correspondientes enseñanzas van a disponer del adecuado desarrollo efectivo de las mismas hasta su finalización.

#### 2. Alcance

Este procedimiento es de aplicación a todas las Titulaciones oficiales ofertadas por el Centro EUCE de la ULL:

- Titulación de Grado en Turismo
- Titulación de Grado en Contabilidad y Finanzas
- Titulación de Grado en Comercio

#### 3. Referencias/Normativa

Ley Orgánica 4/2007, de 12 de abril, por la que se modifica la Ley Orgánica 6/2001, de 21 de diciembre, de Universidades. BOE n. 89 de 13 de abril de 2007

Ley Orgánica 6/2001, de 21 de diciembre, de Universidades. BOE N° 307 de 24 de diciembre de 2001.

RD 1393/2007 de 29 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales. BOE n. 260 de 30/10/2007

Ley Orgánica 15/1999 de 13 de diciembre de Protección de Datos de  
Carácter Personal (LOPD). BOE n. 298 de 14 de diciembre de 1999

#### 4. Definiciones

Extinción: A efectos de este procedimiento deberá entenderse por  
extinción de un título, la baja del mismo en el Registro de Universidades,  
Centros y Titulaciones.

#### 5. Desarrollo

Criterios de extinción de una titulación:

La suspensión y extinción de una titulación oficial impartida por el Centro EUCE  
podrá producirse por los siguientes motivos:

- Supuesto 1: No obtener un informe de acreditación positivo por parte de la  
ANECA. El RD 1393/2007 establece que las titulaciones acreditadas inicialmente  
deben someterse a un proceso de evaluación, por la Agencia Nacional de  
Evaluación de la Calidad y Acreditación (ANECA) o por los órganos de evaluación  
que las distintas leyes de las Comunidades Autónomas determinen, cada 6 años  
desde la fecha de su registro en el Registro de Universidades, Centros y Títulos  
(RUCT), con el fin de mantener su acreditación. Tal como indica el artículo 27 del  
citado RD, la acreditación de los títulos se mantendrá cuando obtengan un informe  
de acreditación positivo. En caso de informe negativo, se comunicará a la  
Universidad, al Gobierno Autónomo y al Consejo de Universidades para que las  
deficiencias encontradas puedan ser subsanadas. De no serlo, el título causará  
baja en el RUCT y perderá su carácter oficial y validez en todo el territorio  
nacional, estableciéndose en la resolución correspondiente las garantías  
necesarias para los estudiantes que se encuentren cursando dichos estudios. Por  
tanto, un plan de estudio se considerará extinguido cuando no supere este  
proceso de acreditación.

- Supuesto 2: Porque se considere que la titulación ha sufrido una amplia serie  
de modificaciones de modo que se produzca un cambio apreciable en su  
naturaleza y objetivos. También se procederá a la suspensión de la titulación  
cuando, tras modificar los planes de estudios y comunicarlo al Consejo de

Universidades para su valoración por la ANECA (artículo 28 del mencionado Real Decreto), ésta considere que tales modificaciones suponen un cambio apreciable en la naturaleza y objetivos del título previamente inscrito en el RUCT, lo que supone que se trata de un nuevo plan de estudio y se procederá a actuar como corresponde a una nueva titulación.

- Supuesto 3: Por un acuerdo de la Comunidad Autónoma de Canarias que determine la suspensión y extinción de una titulación, bien a propuesta del Consejo Social de la Universidad de La Laguna o bien por propia iniciativa con el acuerdo del referido Consejo.

Mecanismos previstos para salvaguardar los derechos y compromisos adquiridos con los estudiantes:

Cuando ocurra la suspensión de una titulación oficial, las Universidades están obligadas a garantizar el adecuado desarrollo efectivo de las enseñanzas que hubieran iniciado sus estudiantes, hasta su finalización. El Equipo de Dirección del Centro debe proponer a la Junta de Centro, para su aprobación, los criterios que garanticen el adecuado desarrollo efectivo de las enseñanzas que hubieran iniciado sus estudiantes hasta su finalización, que contemplarán, entre otros, los siguientes puntos:

- No admitir matrículas de nuevo ingreso en la titulación.
- La impartición de acciones tutoriales y de orientación específicas a los estudiantes repetidores.
- El derecho a evaluación hasta consumir las convocatorias reguladas por los Estatutos de la Universidad de La Laguna.

#### 6. Revisión, mejora y seguimiento

Aunque no se definen indicadores concretos, en el caso de producirse la suspensión de una titulación oficial en la que existan estudiantes matriculados, la Comisión de Calidad establecerá los mecanismos oportunos para realizar un seguimiento de la implantación y desarrollo de acciones tutoriales y de orientación específicas.

## 7. Evidencias y archivo

Los documentos generados en este procedimiento serán archivados por el Coordinador de Calidad del Centro.

Identificación del registro	Soporte de archivo	Responsable custodia	Tiempo de conservación
Documento donde se comunica el informe negativo para la acreditación (ANECA)	Papel o informático	Coordinador de Calidad del Centro	6 años
Documento de la ANECA donde se comunica que las deficiencias encontradas durante el proceso de acreditación no han sido subsanadas y que el título causará baja en el RUCT y perderá su carácter oficial y validez en todo el territorio nacional	Papel o informático	Coordinador de Calidad del Centro	6 años
Acta/documento con criterios que garanticen el adecuado desarrollo de las enseñanzas	Papel o informático	Coordinador de Calidad del Centro	6 años
Acta de la Comisión de Calidad relativa al seguimiento de la implantación y desarrollo de acciones tutoriales y de orientación específicas tras la suspensión de un título	Papel o informático	Coordinador de Calidad del Centro	6 años
Acta/documentos relativos a la petición de suspensión de un título por Junta de Centro / Consejo de Gobierno o Comunidad Autónoma	Papel o informático	Coordinador de Calidad del Centro	6 años

## 8. Responsabilidades

- ANECA: Comunicar a la ULL, a la Comunidad Autónoma y al Consejo de Universidades las deficiencias detectadas en los seguimientos. Emitir informes de acreditación. Valorar modificaciones de los planes de estudios.
- Comisión de Calidad del Centro (CCC): Analizar el seguimiento de las acciones docentes de los alumnos matriculados en la titulación suspendida.

- Comunidad Autónoma de Canarias: Acordar la suspensión de una titulación, si procede.
- Consejo de Gobierno: Emitir informe sobre la suspensión de una titulación, si procede.
- Consejo Social: Proponer la suspensión de una titulación.
- Equipo de Dirección del Centro: Definir los criterios para establecer las garantías necesarias a los estudiantes que estén cursando estudios que se extinguen Turismo
- Junta de Centro: Aprobar los criterios definidos por el Equipo de Dirección del Centro. Proponer la suspensión de una titulación, si procede.



## 10. CALENDARIO DE IMPLANTACIÓN

### 10.1. Cronograma de la titulación:

El plan se implantará de forma progresiva en el curso 2009-2010, curso a partir del cuál se irá extinguiendo el plan de estudios de la Diplomatura Turismo.

### 10.2. Procedimiento de adaptación de los estudiantes:

**PRIMER CURSO: 2009-2010** (se suprime el 1er. curso de la Diplomatura en Turismo).

Los alumnos de la Diplomatura en Turismo, con asignaturas de 1er. curso pendientes serán tutorizados y tendrán oportunidad de superarlas en las convocatorias correspondientes (2 por año).

**SEGUNDO CURSO: 2010-2011** (se suprime el 2º curso de la Diplomatura Turismo).

Los alumnos de la Diplomatura en Turismo, con asignaturas de 2º curso pendientes serán tutorizados y tendrán oportunidad de superarlas en las convocatorias correspondientes (2 por año).

**TERCER CURSO: 2011-2012** (se suprime el 3er. curso de la Diplomatura en Turismo).

Los alumnos de la Diplomatura en Turismo, con asignaturas de 3er. curso pendientes serán tutorizados y tendrán oportunidad de superarlas en las convocatorias correspondientes (2 por año).

**CUARTO CURSO: 2012-2013** Ha quedado extinguido el plan anterior.

Los alumnos con asignaturas pendientes podrán someterse a un plan de convalidación global e incorporarse al nuevo plan de estudios, de acuerdo con la tabla de convalidaciones que se elaborará.

Los alumnos con asignaturas pendientes podrán someterse a un plan de convalidación global e incorporarse al nuevo plan de estudios, de acuerdo con la siguiente tabla de reconocimiento:

Tabla de Reconocimiento

Diplomatura de Turismo				Grado en Turismo		
Código	Carácter	Asignatura	Créditos-ULL	Carácter	Asignatura	ECTS
1111	Troncal	Derecho y Legislación	9	Materia Básica de Rama	Derecho Privado	6
1112	Troncal	Organización y Gestión de Empresas	9	Materia Básica de Rama	Administración de Empresas	6
1130	Obligatoria	Inglés para la Comunicación Turística I	9	Materia Básica Específica	Inglés para la Comunicación Turística I Economía	6
1113	Troncal	Introducción a la Economía	6	Materia Básica de Rama		6
1114	Troncal	Patrimonio Cultural	6	Obligatoria	Patrimonio Cultural	6
1115	Troncal	Estructura de Mercados	6	Obligatoria	Estructura de Mercados	6
1116	Troncal	Contabilidad	6	Obligatoria	Contabilidad Financiera	6
1117	Troncal	Alemán para la Comunicación Turística I	6	Materia Básica Específica	Alemán para la Comunicación Turística I	6
2120	Obligatoria	Alemán para la Comunicación Turística II	9	Obligatoria	Alemán para la Comunicación Turística II	6
2112	Troncal	Inglés para la Comunicación Turística II	6	Obligatoria	Inglés para la Comunicación Turística II	6
2180	Obligatoria	Interpretación del Medio Geográfico	4,5	Obligatoria	Interpretación del Patrimonio Geográfico	6
2190	Obligatoria	Estadística Aplicada al Turismo	4,5	Materia Básica de Rama	Técnicas Estadísticas	6
2113	Troncal	Marketing Turístico	6	Obligatoria	Marketing Turístico	6
2210	Obligatoria	Sistemas de Información para la Gestión	6	Obligatoria	Sistemas de Información para la Gestión de la Empresa Turística	6
2220	Obligatoria	Sociología del Turismo	6	Materia Básica de Rama	Sociología	6
3112	Troncal	Practicum	15	Obligatoria	Prácticas Externas	18
3140	Obligatoria	Promoción del	9	Obligatoria	Promoción de	6

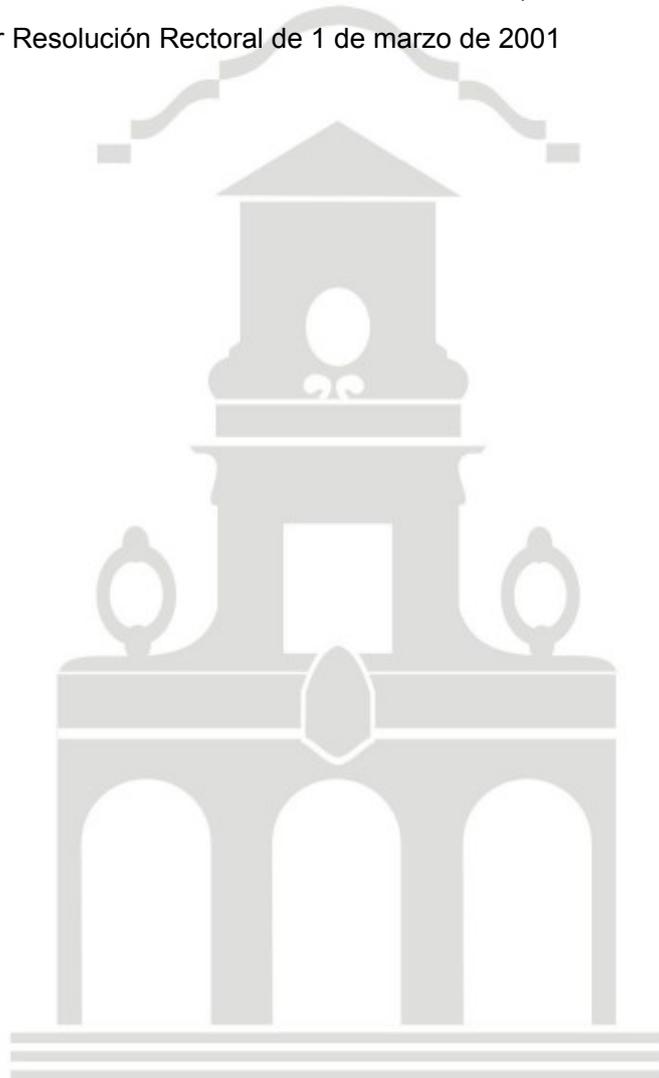
		Producto Turístico			Destinos y Productos Turísticos	
3111	Troncal	Operaciones y Procesos de Producción	6	Obligatoria	Operaciones y Procesos de Producción	6
0902	Optativa	Antropología y Turismo Estudios de Casos Regionales	6	Materia Básica Específica	Antropología del Turismo	6
0903	Optativa	Arqueología y Turismo	4,5	Obligatoria	Patrimonio Arqueológico e Histórico Artístico	6
0919	Optativa	Patrimonio Monumental y Artístico	4,5			
0908	Optativa	Gestión Financiera de Actividades Turísticas	6	Obligatoria	Gestión Financiera de Actividades Turísticas	6
0911	Optativa	Investigación Comercial	4,5	Obligatoria	Investigación Comercial	6
0912	Optativa	La Dirección Estratégica en la Industria Turística	6	Obligatoria	Dirección Estratégica de la Actividad Turística	6
0916	Optativa	Ordenación Administrativa del Turismo	6	Obligatoria	Derecho Administrativo del Turismo	6
0920	Optativa	Política Económica del Sector Turismo	6	Obligatoria	Política Turística	6
0923	Optativa	Sistemas de Información Geográfica Aplicados a la Gestión del Turismo	6	Obligatoria	Tecnología de la Información Geográfica Orientada al Análisis y Diagnóstico de los Recursos Turísticos	6
0918	Optativa	Patrimonio Geográfico e Impacto Territorial del Turismo	6	Obligatoria	Planificación y Gestión Territorial de Destinos Turísticos	6

Esta tabla de convalidaciones ha sido elaborada según el Acuerdo de 25 de octubre de 2004, del Consejo de Coordinación Universitaria, por el que se establecen los criterios generales a que habrán de ajustarse las universidades en materia de convalidación y adaptación de estudios cursados en centros académicos españoles o extranjeros (BOE 15 marzo de 2005). Concretamente, se establece que en los estudios conducentes a distintos títulos oficiales serán

convalidables aquellas asignaturas cuyo contenido y carga lectiva sean equivalentes.

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

Por la implantación del presente título de Grado en Turismo se extinguen las enseñanzas actuales correspondientes al Plan de Estudios de Diplomado en Turismo, aprobado en sesión ordinaria de Junta de Gobierno de la Universidad de La Laguna el día 17 de Marzo de 1998, homologado por el Consejo de Universidades el día 14 de Julio de 1998 y publicado en el B.O.E. nº 207 de 29 de Agosto del mismo año. por Resolución Rectoral de 18 de diciembre de 1992 (BOE 17 de febrero 1993), modificado por Resolución Rectoral de 1 de marzo de 2001 (BOE 16 de marzo).

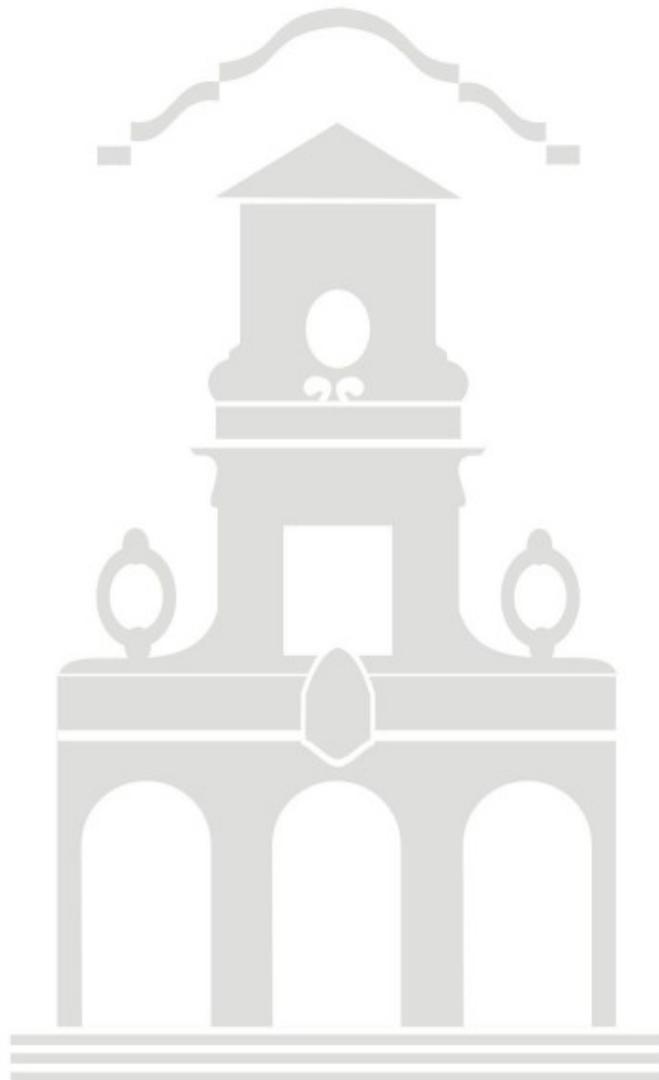


ANEXO

Asignatura	DESARROLLO SOSTENIBLE DEL DESTINO TURISTICO
Departamento	ECONOMÍA DE LAS INSTITUCIONES, EST. E. E.
Área	ECONOMÍA APLICADA
Materia formativa*	Destinos turísticos
Tipo de asignatura**	OPTATIVA
Nº de Créditos ECTS	6
Curso	4º
Cuatrimestre	2º
<p><b>Competencias, habilidades y destrezas</b></p> <p><b>Competencias:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Conocer la relevancia del sector turístico en el escenario de la globalización, en las instituciones económicas internacionales y las implicaciones de ello para la consecución de un desarrollo sostenible.</li> <li>- Conocer los conceptos de crecimiento y desarrollo sostenible y las interacciones entre ambos de cara a la planificación de destinos turísticos.</li> <li>- Conocer las posibilidades de las Agendas 21 locales para un desarrollo turístico sostenible.</li> <li>- Conocer los indicadores de sostenibilidad para las evaluación de actividades y destinos turísticos.</li> <li>- Conocer el papel que desempeñan los actores sociales en las diferentes etapas de desarrollo de un modelo turístico sostenible.</li> <li>- Conocer distintas experiencias de destinos turísticos sostenibles .</li> <li>- Conocer las herramientas de planificación estratégica para el diseño de destinos turísticos sostenibles</li> </ul> <p><b>Habilidades:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Plantear estrategias de desarrollo sostenible para destinos turísticos, definiendo la capacidad de carga y la huella ecológica del territorio.</li> <li>- Diseñar e implementar procesos de Agenda 21 locales.</li> <li>- Desarrollar y aplicar indicadores de sostenibilidad turística y procesos de certificación de calidad.</li> <li>- Involucrar actores sociales a través de procesos participativos en el diseño de destinos turísticos.</li> <li>- Desarrollar procesos de planificación estratégica de destinos turísticos sostenibles.</li> <li>- Dentro de las habilidades genéricas y específicas propias de la titulación el alumno desarrollará su capacidad para analizar y resolver problemas, razonar de forma rigurosa, sistemática. Habilidad para argumentar y expresarse de forma coherente e inteligible, tanto en la construcción de textos escritos como para exponer los resultados de un análisis concreto en público. Habilidad para analizar y buscar información. Capacidad para el trabajo en equipo. Capacidad de adaptación a nuevas situaciones. Promover el desarrollo de actitudes y valores para un comportamiento ético en el desarrollo de su actividad</li> </ul> <p><b>Destrezas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ser capaz de entender e interpretar críticamente el papel de la actividad turística en el contexto internacional y cómo interactúan las instituciones internacionales en la actividad</li> <li>- Ser capaz de entender e interpretar los conceptos de crecimiento, desarrollo y sostenibilidad y sus implicaciones en el destino turístico</li> <li>- Entender el origen, el funcionamiento y las implicaciones del papel de las Agendas 21</li> </ul>	

locales en la actividad turística

- Ser capaz de entender y analizar los indicadores de sostenibilidad en la evaluación de actividades y destinos turísticos, incluyendo sistemas de certificación y calidad ambiental.
- Entender la importancia que juegan los procesos participativos en el diseño y gestión de los destinos turísticos sostenibles
- Ser capaz de identificar y analizar distintas experiencias de destinos turísticos sostenibles.
- Ser capaz de entender el papel de las herramientas de planificación estratégica en el diseño de destinos turísticos sostenibles, siendo capaz de emitir informes técnicos sobre la sostenibilidad de los destinos turísticos.



Asignatura	TECNOLOGÍA DE INFORMACIÓN GEOGRÁFICA ORIENTADA A LA GESTIÓN DEL DESTINO TURÍSTICO
Departamento	GEOGRAFÍA
Área	ANÁLISIS GEOGRÁFICO REGIONAL
Materia formativa*	Producción de servicios turísticos
Tipo de asignatura**	Optativa
Nº de Créditos ECTS	6
Curso	4º
Cuatrimestre	2º

**Competencias, habilidades y destrezas**

**COMPETENCIAS**

- El graduado en turismo sabrá manejar las herramientas que le faciliten la toma de decisiones en el destino.
- El graduado en turismo manejará las nuevas tecnologías, que la sociedad de la información y en el campo turístico son imprescindibles.
- El graduado en turismo aplicará el soporte tecnológico actualizado (software(ArcGIS, Erdas, Grass, GVSIG, IDE y hardware) suficiente para permitirle analizar, diagnosticar y gestionar la información necesaria para un operador del destino
- El graduado en turismo tendrá la capacidad de sintetizar y sistematizar (integrar) las diferentes componentes que intervienen en el proceso productivo del destino turístico.
- El graduado en turismo mediante la gestión centralizada de la información evaluará la relación entre usuario y destino.

**Habilidades**

- Habilidad en el trabajo con equipos multidisciplinares.
- Habilidad para aplicar tecnológicamente los conceptos teóricos
- Habilidad para comunicar los proyectos

**Destrezas:**

- Capacidad de entender la transversalidad de las componentes del destino turístico.
- Manejo de múltiples aplicaciones tecnológicas relacionadas con la información geográfica.
- Técnicas para el diseño de modelos de datos
- Dominio de las diferentes servicios a través de las IDE vinculadas a la información turística.

**Descriptores**

1. Diseño de un Sistema de Gestión del destino (DMS) que permita crear, tratar y comunicar la información del destino turístico para tomar decisiones, a tiempo real, y a diferentes perfiles: visitantes, empresas, administración, operadores, etc.
2. Diseño del modelo de datos necesario para la creación de Centros de Información Turística (TIC), desde las reservas hasta las actividades que de desarrollan en el destino.
3. Diseño del modelo de datos para Gestión de la Relación con el cliente de Turismo (CRM)
4. Diseño del modelo de comunicación de resultados: Mapas, gráficos, informes, IDE...
5. Laboratorio de implementación de los modelos en un espacio del destino turístico.

Asignatura	Habilidades psicosociales para el desempeño profesional en turismo
Departamento	Psicología Cognitiva, Social y Organizacional
Área	Psicología Social
Materia formativa*	Gestión de empresas turísticas
Tipo de asignatura**	Optativa
Nº de Créditos ECTS	6
Curso	4º
Cuatrimestre	2º

**Competencias, habilidades y destrezas**

- Competencias psicosociales relacionadas con la dirección y gestión de los distintos tipos de entidades turísticas
- Manejar técnicas de comunicación interpersonal
- Planificar y gestionar los recursos humanos de las organizaciones turísticas
- Resolución de problemas interpersonales
- Habilidades psicosociales para la toma de decisiones
- Trabajo en equipo y liderazgo
- Habilidades en las relaciones interpersonales

**Descriptor**

1. Comunicación interpersonal.
2. Habilidades implicadas en la práctica profesional
3. Habilidades y estrategias psicosociales para el trabajo en equipo
4. Habilidades intrapersonales de autorregulación
5. Afrontamiento del estrés laboral
6. Mediación y negociación
7. Salud y calidad de vida laboral



Asignatura	TECNOLOGÍA DE INFORMACIÓN GEOGRÁFICA ORIENTADA AL ANÁLISIS Y DIAGNOSTICO DE LOS RECURSOS TURÍSTICOS
Departamento	GEOGRAFÍA
Área	ANÁLISIS GEOGRÁFICO REGIONAL
Materia formativa*	Recursos
Tipo de asignatura**	Obligatoria
Nº de Créditos ECTS	6
Curso	4º
Cuatrimestre	2º
<p><b>Competencias, habilidades y destrezas</b></p> <p><b>COMPETENCIAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• El graduado en turismo sabrá manejar las herramientas que le faciliten la toma de decisiones en el destino.</li> <li>• El graduado en turismo utilizará las nuevas tecnologías, que la sociedad de la información y en el campo turístico son imprescindibles.</li> <li>• El graduado en turismo aplicará el soporte tecnológico actualizado (software (ArcGIS, Erdas, Grass, GVSIG, IDE y hardware) suficiente para permitirle analizar, diagnosticar la información básica para un operador del destino.</li> <li>• El graduado en turismo tendrá la capacidad de sintetizar y sistematizar (integrar) las diferentes componentes que intervienen en el proceso de inventario y diagnóstico de los recursos del destino turístico.</li> <li>• El graduado en turismo diseñará los modelos de datos necesarios para inventariar los recursos naturales y culturales</li> <li>• El graduado en turismo diseñará los modelos de datos necesarios para la construcción de itinerarios turísticos.</li> <li>• El graduado en turismo tendrá una importante actividad de trabajo de campo para reconocer e inventariar los recursos naturales y culturales de un destino turístico</li> </ul> <p><b>Habilidades</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Habilidad en el trabajo con equipos multidisciplinares.</li> <li>• Habilidad para aplicar tecnológicamente los conceptos teóricos</li> <li>• Habilidad para comunicar los proyectos</li> </ul> <p><b>Destrezas:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Capacidad de leer el territorio e inventariar recursos territoriales turísticos.</li> <li>• Manejo a nivel básico de tecnologías de información geográfico.</li> <li>• Diseño de modelos de datos aplicados a los recursos turísticos</li> <li>• Capacidad de análisis, diagnóstico y comunicación de los recursos que caracterizan los diferentes paisajes</li> <li>• Dominio de las diferentes servicios a través de las IDE vinculadas a la información turística.</li> </ul>	
<p><b>Descriptor</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>6. Tecnología de información geográfica.</li> <li>7. Diseño de modelo de datos geo-turísticos</li> <li>8. Trabajo de campo: Lectura, inventario de los recursos turísticos de diferentes unidades de paisaje del destino.</li> <li>9. Implementación GIS de la información geo-turística</li> <li>10. Comunicación de resultados: Mapas, gráficos e informes de análisis y diagnóstico.</li> </ol>	

Asignatura	Planificación y gestión territorial de destinos turísticos
Departamento	Geografía
Área	Geografía Humana
Materia formativa*	Destinos turísticos
Tipo de asignatura**	Obligatoria
Nº de Créditos ECTS	6
Curso	3º
Cuatrimestre	2º

**Competencias, habilidades y destrezas**

**Destrezas:**

- Formación práctica y profesional en el campo de la ordenación (planificación y gestión) territorial del turismo y en la ordenación turística del territorio
- Reconocimiento y valoración de la importancia y complejidad de las acciones de ordenación territorial (de planificación territorial y sectorial y de planeamiento urbanístico) en la conformación y explicación de la estructura de los destinos turísticos
- Interesar al alumno por la importancia que tiene la planificación y gestión territorial en la configuración de los destinos turísticos, así como herramienta para intervenir positivamente en su desarrollo territorial
- Aprender a analizar el entorno económico, social, político, cultural, geográfico y ambiental derivado de la implementación de políticas, programas, planes y proyectos turísticos
- Dominar los conceptos, normativas, técnicas e instrumentos de planificación y gestión territorial de los destinos turísticos
- Conocer y comprender el contenido, alcance e implicaciones de los instrumentos de planificación y gestión territorial del turismo
- Adquirir una visión integral y multiescalar de la ordenación territorial de los destinos turísticos
- Conocer los distintos enfoques, estrategias y políticas aplicables en el proceso de ordenación territorial de espacios turísticos
- Analizar las fases y elementos básicos del proceso metodológico de planificación de los espacios turísticos
- Conocer los factores institucionales que inciden en los modelos de gestión de los espacios turísticos: complejidad y coordinación institucional, políticas públicas y acciones territoriales

**Habilidades sociales:**

- Adquirir la capacidad de colaborar con los profesionales y técnicos de distintos currícula que intervienen en esta materia
- Capacidad para aportar información especializada a los proceso de toma de decisiones en materia de desarrollo territorial del turismo
- Capacidad para la dirección, coordinación, asesoramiento y/o consultoría de proyectos.
- Capacidad de desarrollar una visión global, multi e interdisciplinar
- Capacidad para valorar, emitir juicios y exponer de manera crítica las soluciones planteadas en las diversas políticas, planes y proyectos de ordenación territorial de destinos turísticos

**Competencias profesionales:**

- Desarrollar la capacidad para aplicar los conocimientos sectoriales y parciales a las prácticas y al propio ejercicio de planificación y gestión territorial del turismo
- Saber construir diversas propuestas en el campo teórico y metodológico vinculadas con estrategias de ordenación territorial del turismo
- Diseñar metodologías específicas de análisis de problemas y de planteamiento de soluciones reales en el campo de la planificación y gestión territorial del turismo

- Capacidad para elaborar planes, estrategias, proyectos e informes vinculados con la ordenación territorial del turismo
- Elaborar estrategias de cualificación del sistema turístico

Conocer el método y la forma en que las políticas y estrategias de ordenación territorial del turismo deben ser formuladas

**Descriptor**

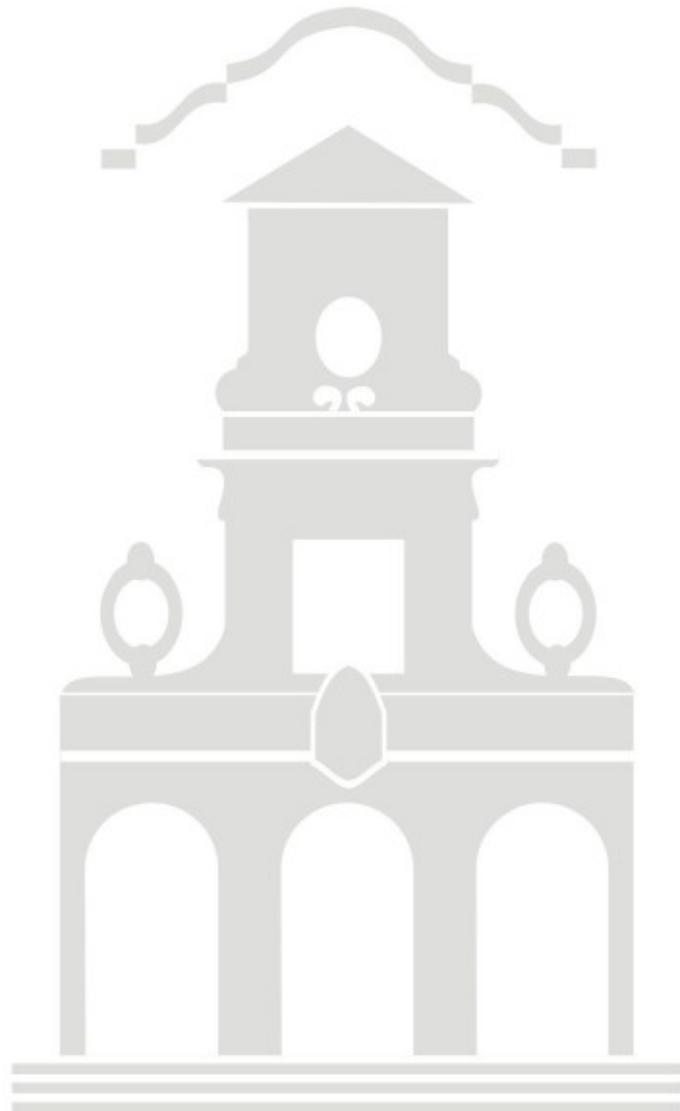
Proporcionar los conceptos teóricos, técnicas, instrumentos y procedimientos metodológicos necesarios para la implementación de las prácticas de ordenación (planificación y gestión) territorial del turismo a diferentes escalas geográficas y productos.

Planificación territorial de destinos turísticos

Gestión sostenible del turismo

Políticas, programas y planes de ordenación territorial del turismo

Planificación del uso público en las áreas protegidas



Asignatura	Interpretación del patrimonio geográfico
Departamento	Geografía
Área	Geografía Humana
Materia formativa*	Recursos turísticos
Tipo de asignatura**	Obligatoria
Nº de Créditos ECTS	6
Curso	2º
Cuatrimestre	1º

**Competencias, habilidades y destrezas**

**Destrezas:**

- Sensibilidad para la identificación del valor patrimonial de los elementos del medio geográfico
- Capacidad para trabajar en contacto directo con el medio geográfico y explotar su potencial patrimonial
- Manejo de técnicas de investigación esenciales para la identificación del potencial patrimonial del destino
- Habilidad para la comunicación utilizando las herramientas de la interpretación del patrimonio
- Habilidad para el desarrollo del trabajo en equipo con el fin de implementar proyectos de senderos turísticos
- Capacidad para defender proyectos integrados que valoricen el patrimonio geográfico
- Capacidad para prever los efectos positivos y negativos del uso turístico sobre el medio geográfico
- Capacidad para interpretar la normativa que se relaciona con el desarrollo del turismo de naturaleza y el turismo cultural

**Habilidades sociales:**

- Aptitud para trabajar en equipo y enfrentarse a la elaboración de proyectos de manera colectiva
- Capacidad para acercarse a los actores sociales relacionados con la materia y obtener la información clave para los ejercicios propuestos
- Habilidad para presentar en público soluciones de manera sintética, clara y coherente
- Desarrollo del sentido crítico ante la discusión de casos y el trabajo de los compañeros y de autocrítica ante las actividades propias
- Capacidad para transmitir información especializada de forma adaptada a diferentes entornos sociales

**Competencias profesionales:**

- Conocer las nuevas tendencias en la creación de productos turísticos que valoricen el patrimonio geográfico
- Diseñar productos y emprender proyectos turísticos basados en los elementos patrimoniales del destino turístico
- Manejar técnicas de recogida, catalogación y análisis de información geográfica
- Desarrollar habilidades de identificación, investigación y puesta en uso de recursos patrimoniales con interés turístico
- Aplicar los conceptos y las herramientas de la interpretación del patrimonio
- Comprender el marco legal que regula las actividades turísticas, específicamente las vinculadas con la promoción del patrimonio de carácter geográfico
- Desarrollar capacidades para organizar y planificar situaciones y usos turísticos respetuosos con la naturaleza y la cultura
- Aportar soluciones a la renovación de los destinos e implementación de productos turístico originales

- Conocer las técnicas para el ejercicio profesional como guía-intérprete de senderos turísticos
- Promover el desarrollo de aptitudes y habilidades para un comportamiento ético en la actividad profesional
  - Conocer los principios de la gestión sostenible del espacio geográfico de cara a su promoción turística

**Descriptores**

11. Las características y las posibilidades del medio geográfico en el desarrollo de actividades que singularicen el destino turístico
12. La identificación y el inventario de los elementos del medio geográfico con valor patrimonial
13. La emergencia de nuevos productos y actividades turísticas que valoricen el patrimonio geográfico
14. Los conceptos y los instrumentos de la interpretación del patrimonio en su vertiente geográfica
15. La clasificación de los recursos patrimoniales con valor turístico de cara al diseño de itinerarios
16. Las técnicas para el ejercicio profesional como guía-intérprete de itinerarios turísticos
17. Las múltiples modalidades del senderismo y los identificadores de su vertiente turística
18. La explotación sostenible del turismo de senderismo y su contribución al desarrollo local



Asignatura	Geografía del Mundo Actual
Departamento	Geografía
Área	Análisis Geográfico Regional
Materia formativa*	Destinos
Tipo de asignatura**	Básica Común
Nº de Créditos ECTS	6
Curso	1º
Cuatrimestre	2º
<b>Competencias, habilidades y destrezas</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Interrelacionar el medio natural con la esfera social</li> <li>• Comprender los fenómenos geográficos a diferentes escalas espaciales y temporales.</li> <li>• Ordenar, sistematizar y sintetizar la información geográfica</li> <li>• Utilizar los medios e instrumentos básicos del análisis geográfico</li> </ul>	
<b>Descriptores</b>	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. La alteración ambiental y su incidencia territorial y social: recursos naturales, cambio climático y pérdida de paisajes</li> <li>2. Riesgos naturales y sociedad</li> <li>3. Las características de las poblaciones actuales y sus implicaciones económicas, sociales y territoriales</li> <li>4. La organización de las actividades económicas y los efectos espaciales de la globalización.</li> <li>5. Las transformaciones urbanas y las tendencias del proceso urbanizador</li> <li>6. La organización geopolítica actual. Causa y efectos</li> </ol>	
<b>Competencias, resultados y productos:</b>	
<p>Conocer y entender:</p> <p>Conocer e interpretar, desde la perspectiva geográfica, los principales problemas de las sociedades actuales.</p> <p>Valorar la organización territorial y su incidencia en el medio natural y en el contexto social, demográfico, económico y geopolítico.</p> <p>Comprender la interdependencia de los fenómenos geográficos y sus diferentes escalas de análisis.</p> <p>Conocer la organización territorial de los espacios turísticos en el mundo.</p> <p>Conocer el papel de Canarias en el contexto turístico mundial.</p> <p>Aplicar y resolver problemas:</p> <p>Capacidad para interrelacionar el medio natural con la esfera social.</p> <p>Tratar información geográfica, estadística y cartográfica para analizar y explicar los grandes problemas de las sociedades en el momento actual.</p> <p>Aplicar las diferentes escalas en el análisis de los grandes problemas sociales del mundo actual.</p> <p>Aplicar las diferentes escalas en el análisis de los grandes problemas de los destinos turísticos.</p> <p>Comunicación:</p> <p>Capacidad para comunicar en lenguajes formales, gráficos y cartográficos.</p> <p>Capacidad para la exposición oral, correcta y clara.</p> <p>Autonomía</p> <p>Capacidad para desarrollar destrezas de autoaprendizaje.</p> <p>Capacidad para la realización de trabajo en grupo.</p> <p>Capacidad para ampliar e integrar los conocimientos geográficos.</p> <p>Capacidad para leer el territorio, especialmente sus componentes turísticas.</p> <p>Productos</p>	

- Análisis de los principales problemas de las sociedades actuales desde la perspectiva integradora que proporciona la Geografía.
- Análisis de los principales factores de localización geográfica de los principales destinos turísticos en el mundo

**Actividades formativas en créditos ECTS, su metodología de enseñanza-aprendizaje y su relación con las competencias que debe adquirir el estudiante:**

- Con el fin de poder flexibilizar al máximo las enseñanzas conducentes a la obtención del grado, en esta Materia se combinarán las clases presenciales con la enseñanza virtual (a través de la plataforma Moodle o de cualquier otro sistema on-line).

La metodología combinará, en ambos casos, las clases magistrales, las prácticas de aula, las prácticas de laboratorio y las salidas de campo. El proceso de tutorización acompañará al proceso de aprendizaje tanto a nivel presencial como virtual.

**Sistema de evaluación de la adquisición de las competencias y sistema de calificaciones:**

El sistema de evaluación recoge y dimensiona cada una de las actividades formativas, teniendo en cuenta que la calificación máxima por examen no será superior al 50% de la calificación final y para el resto de las actividades formativas: la asistencia a las clases teóricas, prácticas y docencia dirigida (mínimo del 10% del total de la calificación final), tutorías (mínimo del 10% del total de la calificación final), y prácticas (mínimo de un 30% de la calificación final).

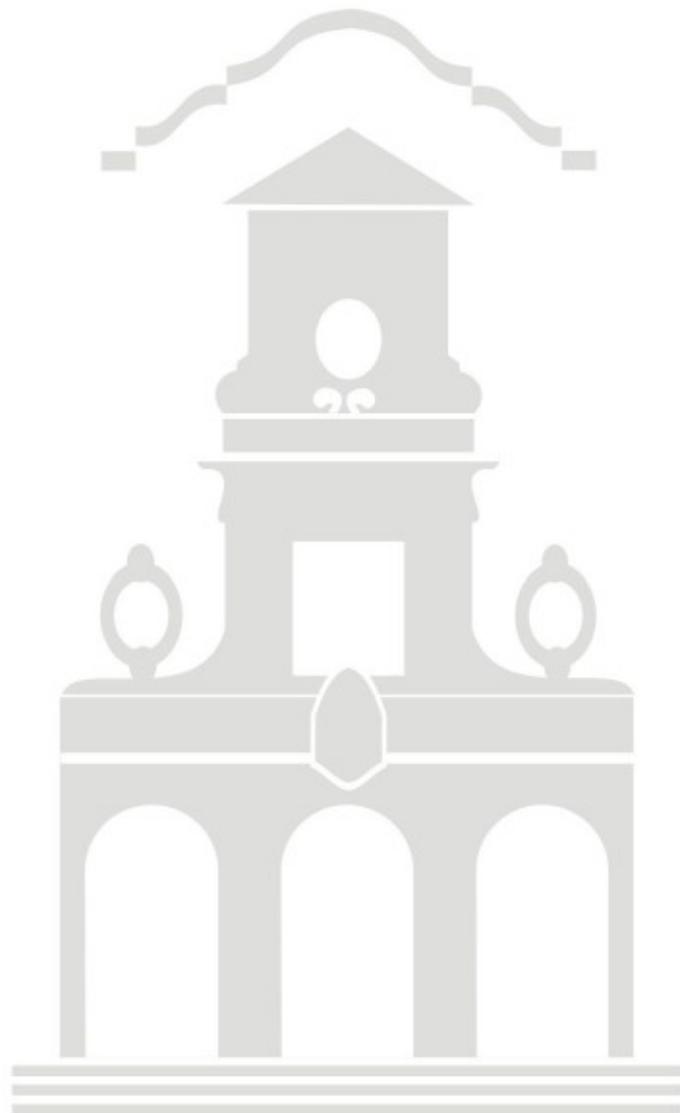
**Breve descripción de los contenidos de la asignatura:**

1. La alteración ambiental y su incidencia territorial y social: recursos naturales, cambio climático y pérdida de paisajes.
2. Riesgos naturales y sociedad.
3. Los contrastes demográficos y sus efectos ambientales y socio- económicos.
4. la organización de las actividades económicas y los efectos espaciales de la globalización.
5. La distribución territorial de los espacios turísticos.
6. Principales recursos territoriales de los destinos turísticos mundiales.
7. Los destinos turísticos: consolidados y emergentes
8. Las transformaciones urbanas y las tendencias actuales del proceso urbanizador.
9. La organización geopolítica actual: causas y efectos



Asignatura	Proyecto de Fin de Grado
Departamento	La ficha, desarrollada por el Departamento de Geografía (aunque están implicadas todas las áreas del conocimiento) sería un ejemplo de una línea de investigación posible
Áreas	Desarrollado por el Análisis Geográfico Regional/Geografía Humana
Materia formativa*	Proyecto de Fin de Grado
Tipo de asignatura**	Obligatoria
Nº de Créditos ECTS	6
Curso	4º
Cuatrimestre	1º
<b>Competencias, habilidades y destrezas</b>	
Destrezas:	
<ul style="list-style-type: none"> <li>·Capacidad para obtener y organizar información geográfica, estadística y cartográfica</li> <li>·Capacidad para trabajar en contacto directo con el medio geográfico, identificando, analizando y explotando su potencial</li> <li>·Capacidad para manejar literatura científica relacionada con los temas de investigación propuestos</li> <li>·Capacidad para defender proyectos integrados que valoricen el potencial del destino turístico</li> <li>·Manejo de técnicas de investigación cuantitativas y cualitativas esenciales para el enfrentamiento de los temas de investigación propuestos</li> <li>·Capacidad para aplicar las técnicas y los sistemas de información geográfica</li> <li>·Habilidad para el desarrollo del trabajo en equipo con el fin de implementar proyectos en el ámbito de la planificación, la gestión y el desarrollo del destino turístico</li> </ul>	
Habilidades sociales:	
<ul style="list-style-type: none"> <li>·Aptitud para trabajar en equipo y enfrentarse a la elaboración de proyectos de manera colectiva</li> <li>·Capacidad para acercarse a los actores relacionados con la materia y obtener la información clave para abordar los temas investigación propuestos</li> <li>·Habilidad para presentar en público el resultado de las investigaciones realizadas, de manera sintética, clara y coherente</li> <li>·Desarrollo del sentido crítico ante la discusión de casos y el trabajo de los compañeros y de autocrítica ante las actividades propias</li> <li>·Capacidad de actualización de los conocimientos y adaptación a la evolución de las técnicas del análisis geográfico</li> <li>·Capacidad de comunicación en lenguajes formales, gráficos y cartográficos</li> </ul>	
Competencias profesionales:	
<ul style="list-style-type: none"> <li>·Capacidad para desarrollar destrezas de autoaprendizaje</li> <li>·Capacidad individual para consolidar, ampliar e integrar los conocimientos adquiridos</li> <li>·Capacidad para emitir juicios y desarrollar el razonamiento crítico</li> <li>·Capacidad para desarrollar iniciativas en el campo de la investigación</li> <li>·Capacidad para la presentación y defensa de proyectos</li> <li>·Capacidad para la gestión de proyectos turísticos que valoricen el potencial del destino</li> <li>·Capacidad para intervenir en las acciones de planificación del destino turístico</li> </ul>	
<b>Descriptor – ámbitos de trabajo</b>	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Procesos, relaciones y formas territoriales en el destino</li> <li>2. Inventario, análisis y diagnóstico de los recursos turísticos</li> <li>3. Tecnologías de Información Geográfica en el desarrollo turístico</li> <li>4. Patrimonio geográfico y desarrollo del destino turístico</li> <li>5. Diseño, gestión e interpretación de itinerarios turísticos</li> </ol>	

- 6. Estrategias de cualificación y diversificación del destino turístico
- 7. Ordenación territorial sostenible del destino turístico



Asignatura	PRÁCTICAS EXTERNAS
Departamentos	La ficha ha sido elaborada por el Departamento de Geografía pero también participa el de Economía y Dirección de Empresas
Área	Análisis Geográfico Regional/Organización de Empresas
Materia formativa*	PRÁCTICAS EXTERNAS
Tipo de asignatura**	Obligatoria
Nº de Créditos ECTS	18 ECTS: 9 Geografía / 9 Economía y Dirección de Empresas
Curso	4
Cuatrimestre	2º

**Competencias, habilidades y destrezas**

**Destrezas:**

- Conocer, analizar y gestionar los distintos tipos de entidades públicas turísticas.
- Comprender un plan turístico público y las oportunidades que se derivan para el sector privado.
- Comprender el funcionamiento de los destinos, estructuras turísticas y sus sectores públicos en el ámbito mundial.
- Detectar necesidades de planificación técnica de infraestructuras e instalaciones turísticas.
- Adquirir conocimientos en el ámbito de los procedimientos operativos de las empresas públicas turísticas.
- Comprender y dar respuesta al carácter dinámico y evolutivo del turismo y de la nueva sociedad del ocio.
- Conocer las principales estructuras político-administrativas turísticas.

**Habilidades sociales:**

- Trabajar en medios socioculturales diferentes.
- Capacidad de trabajo en equipos multidisciplinares.
- Profundizar en el trabajo con clientes en lengua extranjera.
- Comunicarse de forma oral y escrita en una segunda lengua extranjera
- Tener una marcada orientación de servicio al cliente.
- Manejar técnicas de comunicación.
- Motivación por la calidad.
- Capacidad para transmitir información especializada de forma adaptada a diferentes entornos sociales

**Competencias profesionales**

Establecemos los objetivos profesionales básicos de cada uno de los grupos de prácticas definidos, aunque en nuestro caso solo hacemos referencia a las derivadas del sector público, aunque se diferencian estos tres sectores:

- Hoteles
- Agencias de viajes
- Información, planificación, gestión y promoción turística.

Estas competencias profesionales vienen dados por el conjunto de las funciones más significativas en la gestión de cada grupo, que constituyen el ámbito de conocimiento y perfeccionamiento en el que las prácticas se tienen que llevar a cabo, aunque en el caso de las entidades públicas

**OBJETIVOS DE LAS PRÁCTICAS EN ENTIDADES PÚBLICAS DE TURISMO: INFORMACIÓN, PLANIFICACIÓN, GESTIÓN Y PROMOCIÓN TURÍSTICA.**

**Misión Básica.**

Conocer y aplicar los conocimientos, elementos y herramientas necesarios para la gestión de la información turística, así como la promoción de productos o servicios turísticos a partir de los objetivos marcados desde la entidad donde se realizan las prácticas. También será necesario aplicar todas estas técnicas en el desarrollo de la planificación turística cuando la entidad tenga

competencias en esa materia.

**Funciones.**

**\*Planificación de las actividades a realizar en el centro de las prácticas**

Estudiar, definir y aprobar los objetivos operativos a conseguir en el desarrollo del período de prácticas y el tiempo de implantación según los requisitos de la entidad.  
Definir y verificar el cumplimiento eficaz de los objetivos propuestos.  
Establecer los sistemas de seguimiento y control de los compromisos establecidos.

**\*Recopilar y analizar el material existente en la entidad para poder realizar cualquier tipo de documentos turísticos.**

Recopilar la información existente y saber clasificarla según sus características para proceder al mantenimiento futuro de la información turística.  
Comprobación de la información turística existente en la entidad y del contenido de la misma, así como solicitar, si fuera necesario, otros datos para completar un estudio exhaustivo y preciso de las características aptas para la explotación turística.  
Creación de bases de datos turística especializadas, en el caso de que no existan en la entidad o ampliar las ya existentes.  
Decisión sobre las fuentes con las que trabajar. Análisis de las fuentes de información turística.  
Generación de nueva información en base a las fuentes utilizadas.  
Control de calidad de la información turística generada.

**\*Inventariar y recopilar material que no exista en la entidad y que sea susceptible de ser utilizado como información relevante para la entidad.**

Aplicar las directrices del organismo en la recopilación de datos externos a la entidad.  
Planificar la recogida de la información externa.  
Obtener información según sectores de actividad turística: Hoteles, Agencias de viajes, tour-operadores, apartamentos, campings, etc.  
Mantenimiento y catalogación de la información turística.  
Control de calidad de la información turística de fuentes externas generada.

**\*Planificar acciones turísticas, dentro de las actuaciones que lleve a cabo la entidad de prácticas.**

Aplicar sistemas técnicos y metodológicamente correctos capaces de recibir y explotar un modelo integrado de planificación turística.  
Introducir la información turística y de otra tipología como herramientas de apoyo a la toma de decisiones de los planificadores, técnicos y responsables de todos los departamentos de la entidad.  
Gestionar la información turística y desarrollar modelos de planificación de actividades.  
Desarrollar instrumentos y mecanismos capaces de fomentar un mayor protagonismo y profundización de la participación de la industria turística.  
Analizar los espacios turísticos actualmente en uso, estableciendo un diagnóstico de situación y de adecuación a las actividades que en él se desarrollan.  
Analizar las nuevas urbanizaciones o actuaciones turísticas en construcción o en proyecto, así como de otros proyectos disponibles.

**\*Promocionar turísticamente a la entidad ó las actividades que desarrolle.**

Diseño y elaboración de rutas, itinerarios, folletos, artículos, etc.  
Diseñar y nutrir de información a las rutas turísticas, por medio de las herramientas utilizadas en el plan de estudio de Turismo.  
Participar en la elaboración de estudios de costes para la edición de cualquier producto turístico, así como en su diseño gráfico.

**\*Consultar o realizar cartografía así como otro tipo de documentos de uso turístico para su uso en rutas o itinerarios turísticos.**

Localización de los elementos turísticos sobre mapas.  
Utilizar y analizar las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) en los

distintos ámbitos del sector turístico.

Gestión de los elementos emblemáticos turísticos que gestione la entidad.

Generación de cartografía turística.

**\*Informar y formar a los clientes-turistas.**

Informar con claridad y eficiencia a los clientes/turistas, demostrando sus capacidades en idiomas.

Actuar con agilidad, transparencia y con proximidad al turista para dar respuesta adecuada a sus demandas.

Aprender de los sistemas de información y atención al turista utilizados en las diversas entidades.

**Descriptores**

Descripción y presentación de la /entidad pública.

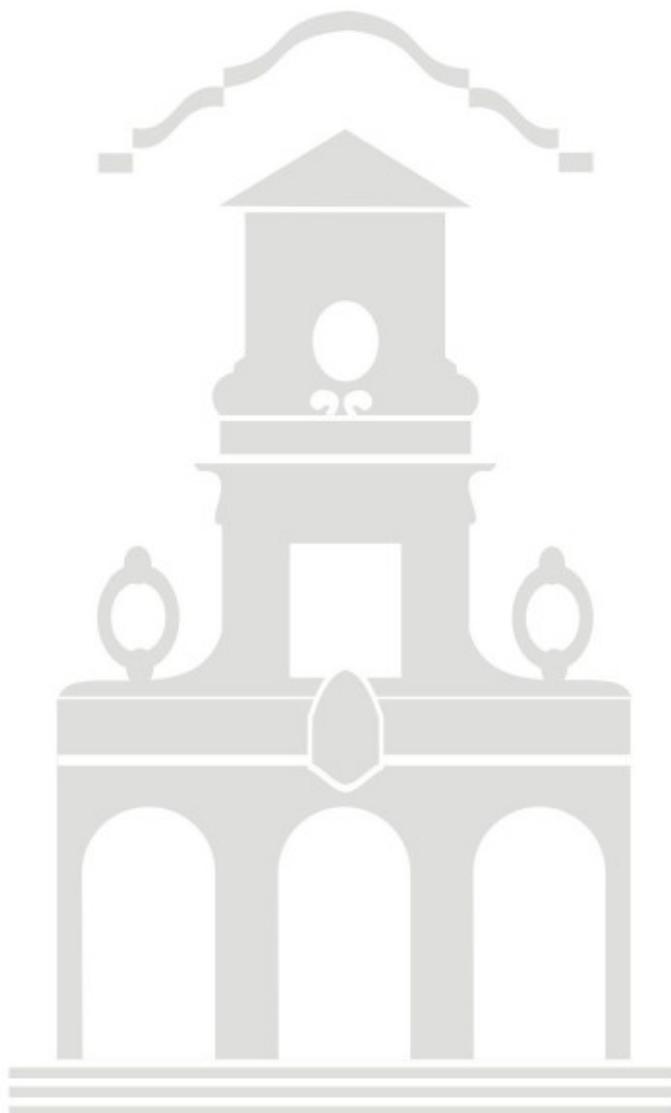
Centro y departamento donde se lleven a cabo las prácticas, ubicación y categoría.

Descripción de la tutorización recibida.

Descripción de las tareas desarrolladas y el nivel de responsabilidad.

Conocimientos adquiridos en las prácticas.

Valoración y conclusiones de las prácticas.



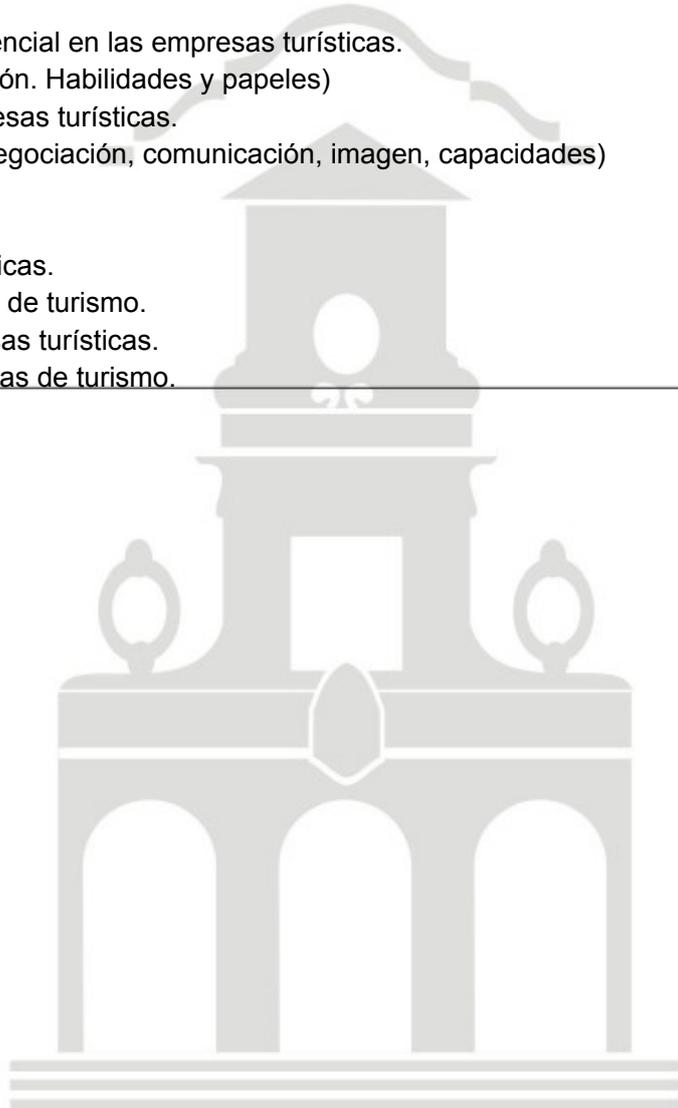
Asignatura	Dirección de Empresas Turísticas
Departamento	Economía y Dirección de Empresas
Área	Organización de Empresas
Materia formativa*	Gestión de Empresas
Tipo de asignatura**	Obligatoria
Nº de Créditos ECTS	6
Curso	2º
Cuatrimestre	2º

**Competencias, habilidades y destrezas**

- Conocer los principios básicos de la dirección y gestión de empresas.
- Conocer y aplicar los conceptos y herramientas de la dirección.
- Conocer y aplicar los elementos y flujos de la comunicación.
- Formarse en las técnicas de negociación y motivación.
- Desarrollar capacidades para posteriores avances en herramientas de dirección y gestión de activos.
- Aprender a solucionar problemas y ser proactivo.
- Adquirir la capacidad de comprensión y adaptación al cambio.

**Descriptores**

1. La dirección como función diferencial en las empresas turísticas.  
(Delimitación de la dirección. Habilidades y papeles)
2. Liderazgo del directivo de empresas turísticas.  
(Liderazgo, motivación, negociación, comunicación, imagen, capacidades)
3. Toma de decisiones.  
(Solving problem)
4. Planificación en empresas turísticas.
5. Función de control en empresas de turismo.
6. Dirección de equipos en empresas turísticas.
7. Dirección del cambio en empresas de turismo.



Asignatura	Sistemas de información para la gestión de la empresa turística
Departamento	Economía y Dirección de Empresas
Área	Organización de Empresas
Materia formativa*	Producción de servicios turísticos
Tipo de asignatura**	Obligatoria
Nº de Créditos ECTS	6
Curso	3º
Cuatrimestre	2º

**Competencias, habilidades y destrezas**

Competencias:

Específicas:

- Comprender los sistemas y tecnologías de la información que sirven de soporte y facilitan la gestión de la información y actividades de negocio de la empresa turística.
- Conocer las posibilidades que ofrecen los sistemas y las tecnologías de la información para la mejorar la gestión de las empresas del sector turístico.
- Planificar y gestionar los sistemas y las tecnologías de la información para potenciar las capacidades organizativas de las empresas turísticas.
- Conocer el potencial de las tecnologías de Internet para generar cambios y nuevos modelos de negocio en las empresas turísticas.

Genéricas instrumentales:

- Capacidad para trabajar en entornos digitales.
- Capacidad de análisis y síntesis.
- Capacidad de organización y planificación.
- Habilidades en tecnologías de información a nivel de usuario.
- Capacidad para gestionar la información.
- Capacidad para resolver problemas.
- Capacidad para tomar decisiones.

Genéricas personales:

- Trabajo en equipo.
- Habilidades en las relaciones interpersonales.
- Reconocimiento de la diversidad.
- Razonamiento crítico.
- Compromiso ético.

Capacidades sistémicas:

- Aprendizaje autónomo.
- Adaptación a nuevas situaciones.
- Creatividad.
- Liderazgo.
- Iniciativa y espíritu emprendedor
- Motivación por la calidad

Habilidades

- Conocer la utilidad de los CRS-DGS.
- Comprender, analizar y utilizar los principales sistemas de información de las distintas áreas funcionales de la empresa turística.
- Manejar herramientas ofimáticas integradas y programas de gestión de empresas turísticas.
- Usar las tecnologías de información para mejorar el servicio que prestan las empresas turísticas.
- Capacidad de generar estrategias basadas en sistemas y tecnologías de información.
- Adquirir los conceptos y estructuras fundamentales de los sistemas de transmisión de información a través de Internet mediante páginas Web.

**Destrezas**

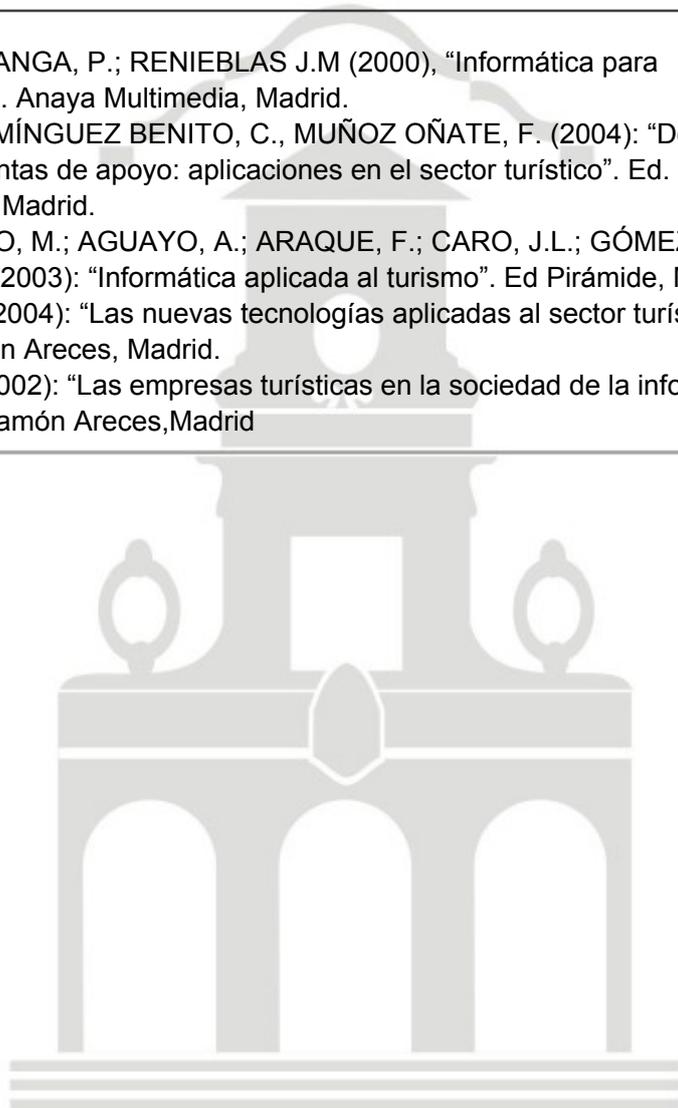
- Combinar y extrapolar los conocimientos adquiridos para automatizar y virtualizar la empresa turística.
- Coordinar y supervisar la información de los departamentos de una empresa turística.
- Utilizar aplicaciones de gestión características de las empresas turísticas.
- Utilizar tecnologías de Internet y sus diferentes aplicaciones en la empresa turística.
- Realizar presentaciones eficaces.
- Generar oportunidades e instrumentar la creación de nuevos negocios.
- Promover procesos de cambio.
- Capacidad para planear y coordinar procesos de reflexión para detectar áreas de oportunidad.

**Descriptor**

- Sistemas de información y tecnologías de la información en la empresa turística.
- Sistemas automatizados de reservas (Sistemas globales-DGS-; Sistemas centrales-CRS-).
- Sistemas de información para la gestión.
- Sistemas de información para la gestión hotelera.
- Sistemas de información para la gestión de intermediación.
- Turismo electrónico.

**Referencias bibliográficas:**

- CASO, E; FELIPE V.; LANGA, P.; RENIEBLAS J.M (2000), "Informática para profesionales del turismo". Anaya Multimedia, Madrid.
- GARRIDO BUJ, S., DOMÍNGUEZ BENITO, C., MUÑOZ OÑATE, F. (2004): "Decisiones empresariales y herramientas de apoyo: aplicaciones en el sector turístico". Ed. Universitas Internacional, Madrid.
- GUEVARA, A.; AGUAYO, M.; AGUAYO, A.; ARAQUE, F.; CARO, J.L.; GÓMEZ, I.; RUIZ, J.C.; TÁVORA, A. (2003): "Informática aplicada al turismo". Ed Pirámide, Madrid.
- PABLO DE, ROSANA (2004): "Las nuevas tecnologías aplicadas al sector turístico". Ed. Centro de Estudios Ramón Areces, Madrid.
- RUFÍN MORENO, R. (2002): "Las empresas turísticas en la sociedad de la información". Ed. Centro de Estudios Ramón Areces, Madrid



Asignatura	Administración de Empresas
Departamento	Economía y Dirección de Empresas
Área	Organización de Empresas
Materia formativa*	Gestión de Empresas turísticas
Tipo de asignatura**	Básica común
Nº de Créditos ECTS	6
Curso	1º
Cuatrimestre	1º

**Competencias, habilidades y destrezas**

El principal objetivo de la asignatura Administración de Empresas es introducir al alumno en el conocimiento de los conceptos fundamentales de la empresa en general y turística en particular. Este objetivo se traduce en el desarrollo de las siguientes capacidades, habilidades y destrezas:

Despertar el interés por el mundo empresarial, obteniendo una visión global y sistémica de la empresa, de los problemas de gestión y de las técnicas para su resolución, dentro del contexto turístico y de actualidad en este campo.

Comprender el papel fundamental del empresario y las funciones que cumple.

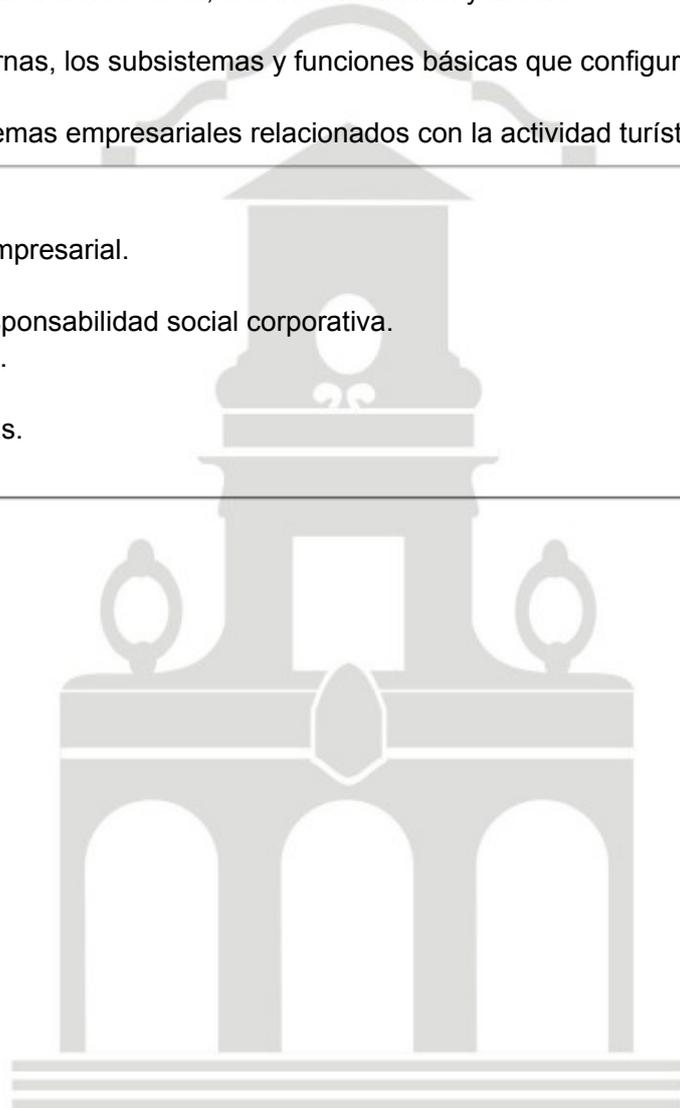
Destacar, analizar y comprender, aquellos factores externos que afectan a las organizaciones, en particular aquellas dedicadas a la hostelería, a la intermediación y al ocio complementario.

Determinar las características internas, los subsistemas y funciones básicas que configuran la administración de la empresa.

Realizar valoraciones críticas de temas empresariales relacionados con la actividad turística.

**Descriptor**

1. La empresa.
2. El empresario y la cultura empresarial.
3. El entorno empresarial.
3. La ética empresarial y la responsabilidad social corporativa.
4. Los objetivos de la empresa.
5. Tamaño y tecnología.
6. Las estructuras organizativas.
7. El cambio organizativo.



Asignatura	Operaciones y procesos de producción
Departamento	Economía y Organización de Empresas
Área	Organización de Empresas
Materia formativa*	Producción de servicios turísticos
Tipo de asignatura**	Obligatoria
Nº de Créditos ECTS	6
Curso	3º
Cuatrimestre	1º

**Competencias, habilidades y destrezas**

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

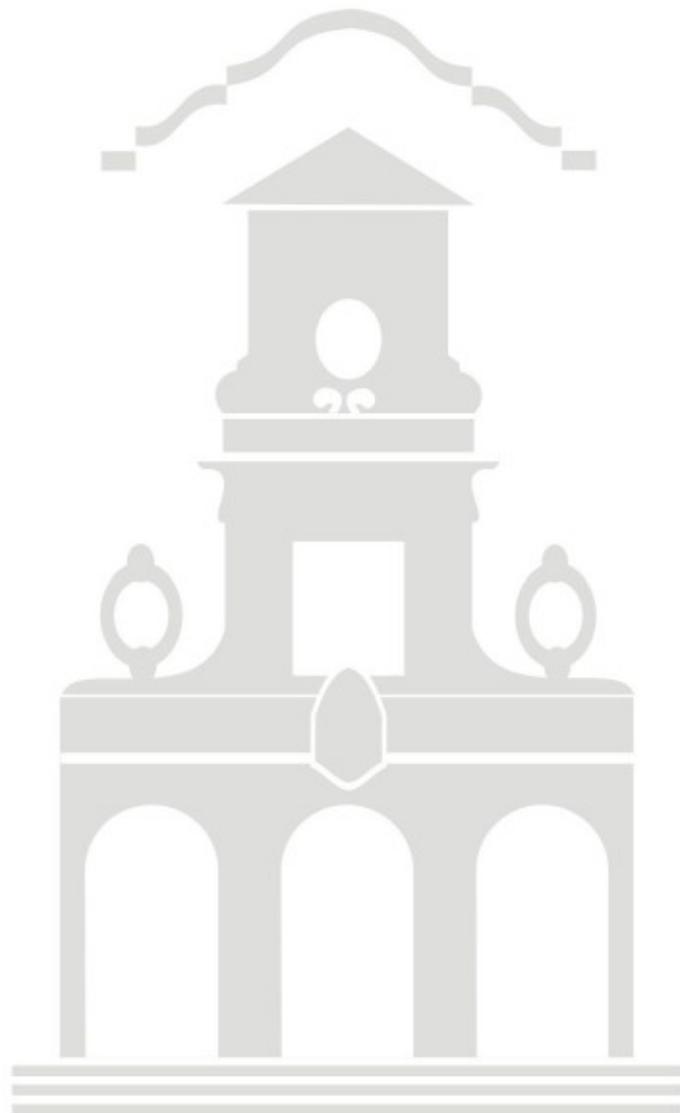
Cognitivas (Saber):

- Conocer los conceptos fundamentales que se aplicarán en el ámbito de las operaciones y procesos de producción de las empresas turísticas.
  - Conocer los diferentes procesos llevados a cabo en empresas de alojamiento y restauración, de intermediación turística, de transporte y de ocio.
  - Conocer los sistemas de gestión de calidad aplicados en las empresas del sector turístico.
  - Comprender los factores determinantes de la localización de establecimientos turísticos.
  - Conocer los diferentes tipos de distribución en planta de los equipos y mano de obra, y comprender sus diferencias.
  - Conocer las herramientas de análisis de procesos y su utilidad para la introducción de mejoras.
  - Conocer las posibilidades y los efectos de la introducción de innovaciones tecnológicas en los procesos operativos de las empresas turísticas (especialmente tecnologías de la información)
  - Conocer los diferentes documentos utilizados en los procesos turísticos de alojamiento (planning de reservas, room rack, cardex), restauración (albaranes, comandas, ...), intermediación turística (billetes de viaje, vouchers).
  - Comprender la base de las principales técnicas de planificación aplicadas en la gestión de la producción de empresas turísticas (Umbral de Rentabilidad, Yield Management).
- Procedimentales/Instrumentales (Saber hacer):
- Utilizar herramientas (flujogramas, diagramas de proceso, etcétera) para describir procesos en alojamiento y restauración (chek-in, chek-out, mise en place, organización de bufett, etc.) e intermediación turística (elaboración de un paquete turístico a la demanda, gestión y emisión de billetes de viaje) para su análisis y posterior mejora.
  - Elaborar y cumplimentar documentos propios de procesos turísticos (lista de reservas, previsiones de ocupación, cardex, billetes de viaje, vouchers, etcétera).
  - Planificar y programar la producción (desde la planificación del trabajo del personal adscrito a diferentes procesos o planificación de eventos, entre otros, hasta la programación de las vacaciones de trabajadores, etcétera)
  - Aplicar herramientas para la gestión de aprovisionamientos, principalmente de artículos perecederos.
- Actitudinales:
- Aprendizaje autónomo
  - Creatividad
  - Adaptación a nuevas situaciones
  - Iniciativa y liderazgo
  - Motivación por la calidad
  - Sensibilidad hacia temas ambientales

**Descriptor**

1. Introducción a la dirección de operaciones en la empresa turística.

2. El establecimiento: conceptos físicos de la empresa turística (localización, capacidad y distribución en planta de equipos y mano de obra)
3. Procesos productivos de empresas de alojamiento y restauración.
4. Procesos productivos de intermediación turística.
5. Procesos productivos de empresas ocio complementario



Asignatura	Gestión de Recursos Humanos en la Empresa Turística
Departamento	Economía y Dirección de Empresas
Área	Organización de Empresas
Materia formativa*	Gestión de Empresas Turísticas
Tipo de asignatura**	Obligatoria
Nº de Créditos ECTS	6
Curso	3º
Cuatrimestre	2º

**Competencias, habilidades y destrezas**

- Comprender actitudes, aptitudes y comportamientos de uno de los activos empresariales de carácter inmaterial más importantes del universo del ocio.
- Identificar los problemas característicos de la gestión del elemento humano en la empresa turística.
- Utilizar metodologías y análisis que permitan aportar soluciones a dichos problemas.
- Aprender a dirigir y gestionar equipos humanos en la empresa turística.

**Descriptor**

1. Evolución de la Gestión de Recursos Humanos en el Sector Turístico.
2. Necesidades y Diseño de Puestos de Trabajo (alojamiento, restauración y agencias de viaje)
3. Reclutamiento.
4. Acogida e Incorporación.
5. Formación.
6. Planificación y Desarrollo del Talento Humano en el Sector Turístico.
7. Fidelización, Planes de Carrera y Evaluación del Rendimiento.
8. Política de Retribuciones.
9. Ruptura Laboral y Negociación de Conflictos.



Asignatura	Dirección Estratégica de la Actividad Turística
Departamento	Economía y Dirección de Empresas
Área	Organización de Empresas
Materia formativa*	Destinos turísticos
Tipo de asignatura**	Obligatoria
Nº de Créditos ECTS	6
Curso	4º
Cuatrimestre	1º

**Competencias, habilidades y destrezas**

El alumno que curse esta materia deberá comprender el concepto de destino turístico, componentes: territorio, redes organizativas (compiten /colaboran); producto; segmento clientes / mercados emisores. Igualmente, deberá analizar el ciclo de vida del destino turístico: concepto (Butler, 1980); etapas y evolución; elementos del destino / empresa turística.

Asimismo, se pretende que entre sus habilidades aprenda a esquematizar el modelo ECR / entorno; elementos externos: marcos; elementos internos: R + C. De la misma forma, debe entender el concepto de estrategia, sus componentes y niveles. Iniciarse en el análisis de las estrategias genéricas y de crecimiento en el sector turístico. Análisis y diagnóstico del entorno de la empresa / destino turístico, con el fin de determinar las oportunidades y amenazas a las que habrá de hacer frente. Realizar un análisis y diagnóstico de la situación interna del establecimiento turístico con el fin de obtener los puntos fuertes y débiles del mismo.

Finalmente, se hace hincapié en que el alumno alcance conocimiento de la expresión de las estrategias de las empresas y destinos turísticos a nivel de colaboración como competición entre las entidades. Indicadores de gestión y agrupación de la información estratégica.

**Descriptor**

- 1.- INTRODUCCIÓN Y ANÁLISIS ESTRATÉGICO EN TURISMO
- 2.- OPCIONES ESTRATÉGICAS EN LA ACTIVIDAD TURÍSTICA
- 3.- FORMULACIÓN, IMPLANTACIÓN Y CONTROL ESTRATÉGICO EN LA ACTIVIDAD TURÍSTICA



Asignatura	PROMOCIÓN DE DESTINOS Y PRODUCTOS TURÍSTICOS
Departamento	ECONOMÍA Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS
Área	COMERCIALIZACIÓN E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS
Materia formativa*	DESTINOS TURÍSTICOS
Tipo de asignatura**	OBLIGATORIA
Nº de Créditos ECTS	6
Curso	3º
Cuatrimestre	2º

**Competencias, habilidades y destrezas**

▪ Habilidades sociales:

- Aptitud para trabajar en equipo y enfrentarse a situaciones problemáticas de manera colectiva
- Habilidad para presentar en público soluciones de manera clara y coherente
- Habilidad para argumentar juicios y poder defenderlos con rigor
- Desarrollo de la habilidad crítica ante la discusión de casos y los trabajos de los compañeros y de autocrítica ante los propios.

Competencias profesionales

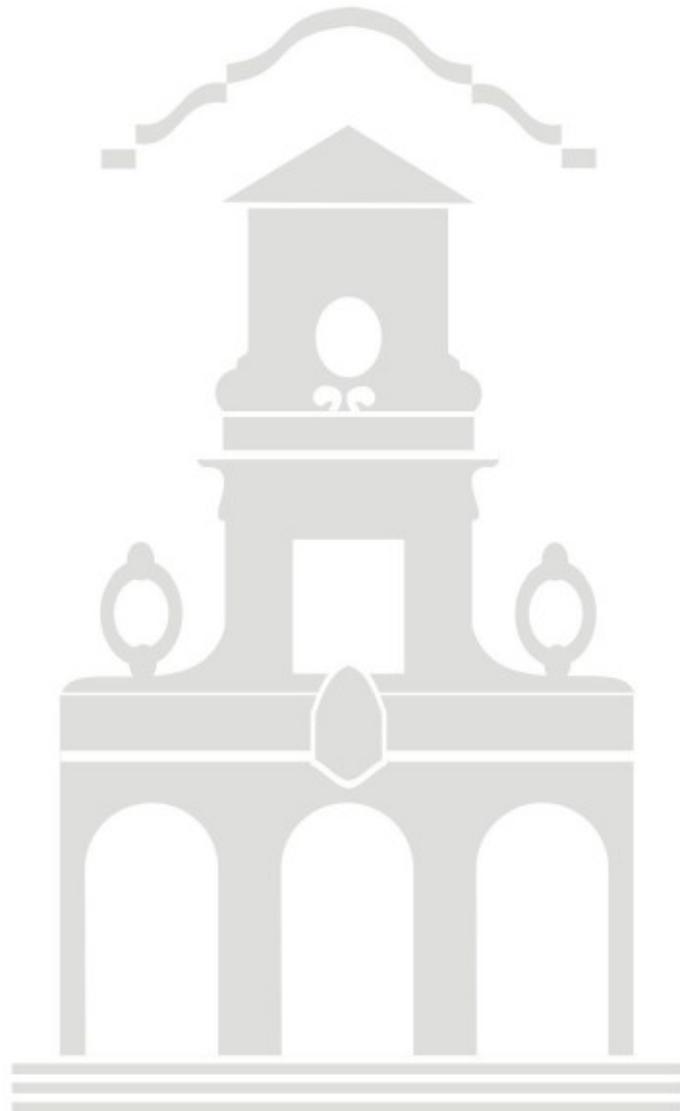
- Aportar soluciones
- Capacidad para aplicar la teoría a un problema práctico
- Habilidades de investigación
- Capacidad para organizar y planificar situaciones
- Dirigir un proyecto
- Promover el desarrollo de aptitudes y habilidades para un comportamiento ético en la actividad profesional
- Desarrollar específicamente planificación de actividades de comunicación en el ámbito de los destinos como de productos tanto desde la Administración Pública como de la empresa privada

**Descriptor**

En esta asignatura se tratarán en primer lugar los aspectos del entorno que están cambiando y afectan a la comunicación de los productos turísticos. Se analizarán las nuevas formas de comunicación después de la aparición de internet y sobre todo lo que concierne al fenómeno travel 2.0. Igualmente se analizarán los instrumentos clásicos de la comunicación (publicidad, promoción de venta, relaciones públicas y fuerza de ventas). También se tratará de la gestión de los clientes su fidelización y/o vinculación con los productos turísticos que oferta la empresa u organización y el Social Media Marketing como modo de acercamiento a la difusión de la visibilidad de tu contenido web o de tu marca a través de la gran variedad de sitios de social media en la web.. A lo largo del curso paralelamente se desarrollará por parte de los alumnos un plan de promoción de un producto/destino turístico para permitir desarrollar las habilidades necesarias para la práctica profesional de actividades de promoción de productos o destinos turísticos.

1. Prólogo: coyuntura turística e implicaciones para el marketing
2. Promoción de productos turísticos: Cómo saber qué decir, a quién y en qué momento
3. Comunicación y nuevas herramientas del marketing
  - Travel 2.0: El poder del cliente (democratización, socialización, participación, colaboración)
  - Turismo 2.0: la gestión de la comunicación
4. Publicidad: conseguir la compra a través de la seducción
5. Venta personal: técnicas que ayudan a comprar
6. Promoción de ventas: aumentar las ventas sin afectar a la imagen
7. Relaciones públicas: el arte de persuadir sin que lo parezca

- 8. Marketing relacional, fidelización y vinculación de clientes
- 9. Plan de promoción de un destino



Asignatura	MARKETING TURÍSTICO
Departamento	ECONOMÍA Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS
Área	COMERCIALIZACIÓN E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS
Materia formativa*	GESTIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS
Tipo de asignatura**	OBLIGATORIA
Nº de Créditos ECTS	6
Curso	2º
Cuatrimestre	1º
<p><b>Competencias, habilidades y destrezas</b></p> <p>▪ Habilidades sociales:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Aptitud para trabajar en equipo y enfrentarse a situaciones problemáticas de manera colectiva</li> <li>Habilidad para presentar en público soluciones de manera clara y coherente</li> <li>Habilidad para argumentar juicios y poder defenderlos con rigor</li> <li>Desarrollo de la habilidad crítica ante la discusión de casos y los trabajos de los compañeros y de autocrítica ante los propios.</li> </ul> <p>Competencias profesionales</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aportar soluciones</li> <li>• Capacidad para aplicar la teoría a un problema práctico</li> <li>• Habilidades de investigación</li> <li>• Capacidad para organizar y planificar situaciones</li> <li>• Dirigir un proyecto</li> <li>• Promover el desarrollo de aptitudes y habilidades para un comportamiento ético en la actividad profesional</li> <li>• Desarrollar específicamente planificación de actividades de marketing en el ámbito de los destinos como de productos tanto desde la Administración Pública como de la empresa privada</li> </ul>	
<p><b>Descriptor</b></p> <p>La asignatura trata del proceso de intercambio de productos turísticos en un contexto marcado por grandes cambios. El turismo es uno de los sectores económicos que más crece en todo el mundo. Para Canarias y España supone una significativa fuente de ingresos y un potente estímulo para la actividad económica. Sin embargo, la aparición de diversos factores como la desregulación de los mercados, los cambios en la demanda, las nuevas tecnologías, la irrupción de internet, los nuevos modelos de negocio en el transporte aéreo, o los nuevos modelos de distribución unidos al desarrollo de nuevos destinos turísticos competidores hacen que la actividad de marketing en turismo juegue un papel clave en la revisión y formulación de las estrategias competitivas de los productos turísticos y de los propios destinos.</p> <p>En esta asignatura se tratarán en primer lugar los conceptos básicos de la comercialización, analizando los factores del entorno que afectan a las decisiones de marketing de servicios turísticos (entorno y comportamiento del consumidor). Se tratarán igualmente distintas estrategias de segmentación y posicionamiento que permitan abordar los mercados cada vez más competitivos a través de productos que satisfagan las necesidades de los clientes. A partir de estas decisiones se tratarán de las variables más operativas del marketing relacionadas con la política de precios, la distribución y la comunicación. Finalmente se abordará cómo plasmar la planificación de marketing, introduciendo la necesidad de la investigación de mercados para la definición del plan de marketing.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. El concepto de marketing en turismo</li> <li>2. Marketing de servicios</li> <li>3. Análisis del entorno, los mercados turísticos y la demanda turística</li> <li>4. Comportamiento del consumidor en turismo</li> </ol>	

5. Segmentación, selección del público objetivo y posicionamiento
6. El producto turístico
7. Política de precios
8. La promoción turística
9. Canales de distribución en turismo
10. El plan de marketing



Asignatura	INVESTIGACIÓN COMERCIAL
Departamento	ECONOMÍA Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS
Área	COMERCIALIZACIÓN E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS
Materia formativa*	GESTIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS
Tipo de asignatura**	OBLIGATORIA
Nº deCréditos ECTS	6
Curso	3º
Cuatrimestre	1º

**Competencias, habilidades y destrezas**

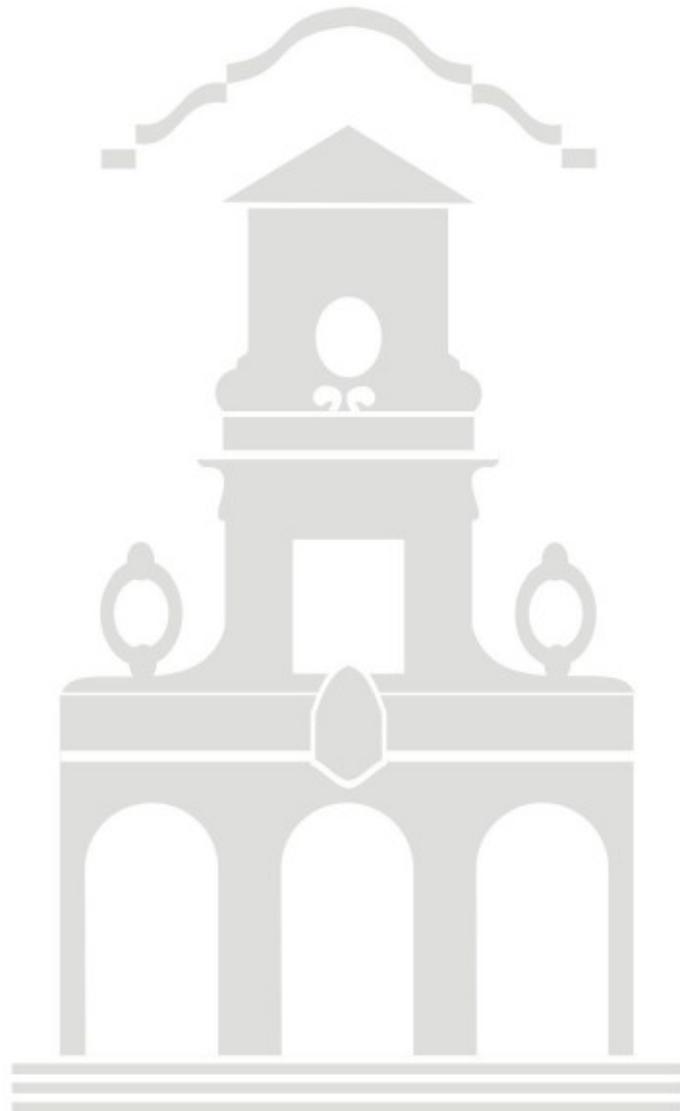
- Dotar al alumno del conocimiento y herramientas prácticas que le permitan conocer y desarrollar actividades de investigación comercial en el ámbito turístico
- El alumno deberá ser consciente de la importancia de la investigación de mercados, para poder ejecutar una planificación adecuada en la empresa
- Adquirir el conocimiento necesario sobre las técnicas y herramientas que se pueden usar para recopilar datos e información sobre la empresa y su entorno
- Desarrollar competencias básicas de gestión empresarial: trabajo en equipo, trabajo en entornos de incertidumbre, la gestión del tiempo, la comunicación y presentación de trabajos, proyectos de investigación y propuestas.
- Ser capaz de entender la filosofía de la investigación comercial ejecutada en el seno de una empresa o desde el punto de vista del contratante del servicio, así como la necesidad de su aplicabilidad en la empresa
- Ser capaz de identificar problemas u oportunidades a resolver
- Ser capaz de resolver problemas y situaciones dadas de una realidad simulada, así como proponer soluciones. Ejerciendo la autocrítica hacia su propio informe de investigación.
- Ser capaz de buscar, información de todo tipo. Adquirir la habilidad de explotar y evaluar información ya elaborada (bases de datos, indicadores, informes,...)
- Ser capaz de evaluar, elegir y ejecutar las herramientas de obtención de información (cuantitativa y cualitativa) comunes en la investigación comercial
- Ser capaz de integrarse en un equipo de trabajo
- Poder presentar y/o evaluar un informe de investigación comercial

**Descriptores**

1. FUNDAMENTOS Y METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN COMERCIAL
  - ¿ES NECESARIO COMENZAR UN PROCESO DE INVESTIGACIÓN COMERCIAL? ¿CONTINUAMOS O PARAMOS?
  - EL PROCESO: FASES, OBJETIVOS DE INFORMACIÓN Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN COMERCIAL
2. LA INVESTIGACIÓN EXPLORATORIA CON DATOS SECUNDARIOS. ¿LA INFORMACIÓN ELABORADA POR OTROS ES ÚTIL?
3. .LA INVESTIGACIÓN CUALITATIVA. EL ARTE DE CONVERSAR Y DEBATIR.
4. LA INVESTIGACIÓN CUANTITATIVA. TÉCNICAS DE RECOGIDA DE INFORMACIÓN.
5. OTRAS TÉCNICAS DE RECOGIDA DE INFORMACIÓN:
  - LA OBSERVACIÓN Y EXPERIMENTACIÓN
  - LA INVESTIGACIÓN COMERCIAL DE BAJO COSTE. ¿ES POSIBLE?
6. TÉCNICAS DE MEDICIÓN DE LA EFICACIA Y CONTROL PROMOCIONAL
7. OBTENCIÓN DE INFORMACIÓN A TRAVÉS DE CUESTIONARIOS. ¿ QUÉ Y CÓMO PREGUNTO?
8. MEDICIÓN Y ESCALAS. ¿CÓMO MIDO LA INFORMACIÓN SOLICITADA EN EL

CUESTIONARIO?

9. POBLACIÓN Y SELECCIÓN MUESTRAL. ¿A QUIÉN LE PREGUNTO?
10. TRATAMIENTO Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN.
  - EL PLAN DE EXPLOTACIÓN DE DATOS, EN RESPUESTA A LOS OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN COMERCIAL
11. ¿CÓMO CONFECCIONAR, PRESENTAR Y DEFENDER UN INFORME DE INVESTIGACIÓN COMERCIAL?
  - LA CONTRATACION DEL SERVICIO DE INVESTIGACIÓN COMERCIAL: ¿CÓMO LEER Y EVALUAR UNA PROPUESTA E INFORME DE INVESTIGACION COMERCIAL?



Asignatura	Inglés para la Comunicación Turística I
Departamento	Filología Inglesa y Alemana
Área	Inglés
Materia formativa*	Idiomas
Tipo de asignatura**	Básica específica
Nº de Créditos ECTS	6
Curso	1º
Cuatrimestre	2º

Competencias

COMPETENCIAS	
Transversales	Específicas
1. Instrumentales- 1.1. Conocimiento de una lengua extranjera	- Trabajar en inglés como lengua extranjera - Manejar técnicas de comunicación - Trabajar en medios socioculturales diferentes
1.2. Capacidad de gestión de la información	- Utilizar y analizar las TIC en los distintos ámbitos del sector turístico
2. Personales 2.1. Trabajo en un contexto internacional	- Trabajar en inglés como lengua extranjera - Manejar técnicas de comunicación. - Trabajar en medios socioculturales diferentes
2.2. Habilidades en las relaciones Interpersonales	- Tener una marcada orientación de servicio al cliente. - Manejar técnicas de comunicación - Trabajar en medios socioculturales diferentes
3. Sistémicas 3.1. Aprendizaje autónomo	- Utilizar las TIC
3.2. Conocimiento de otras culturas y costumbres	- Trabajar en medios socioculturales diferentes

**Habilidades y destrezas**

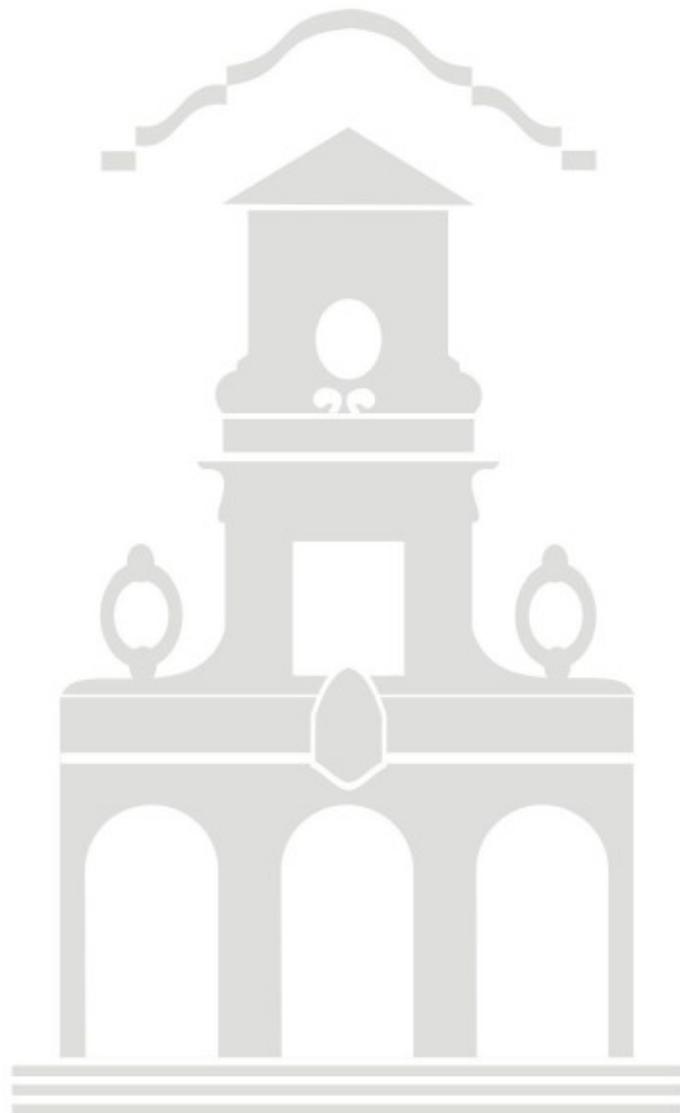
1. Participar en las diversas tareas comunicativas orales (tanto cara a cara, como por teléfono) que se plantean en el ámbito profesional turístico. Estas tareas, como por ejemplo conversaciones informales, peticiones de información, presentaciones, entrevistas (especialmente de trabajo) o atención al cliente, pueden tener carácter técnico, aunque no excesivamente complejo, y realizarse con hablantes nativos de inglés. Dichas tareas han de realizarse con la corrección y la fluidez propias del nivel A2/B1 del Marco de referencia: el hablante utiliza con razonable corrección un repertorio de fórmulas y estructuras de uso habitual y asociadas a situaciones predecibles (aunque todavía pueda cometer errores básicos con cierta frecuencia), y puede hablar de forma continua y comprensible (aunque resulten muy evidentes las pausas, las dudas iniciales y la reformulación).
2. Redactar y cumplimentar documentos propios del sector: currículum vitae, correspondencia, cartas/formularios de queja y disculpa, cuestionarios, etc. Ser capaz de redactar sintetizando y evaluando puntos de vista diversos procedentes de varias fuentes.
3. Comprender las ideas principales de textos orales y audiovisuales relacionados con el turismo (avisos, noticias, conferencias, programas de televisión, etc.) cuando el discurso

es claro y normal.

4. Ser capaz de tomar notas, aunque no sea de manera exhaustiva, en presentaciones, comunicación telefónica y demás situaciones profesionales. Las mismas condiciones especificadas para la comprensión de textos orales y audiovisuales se aplican en este caso.
5. Comprender textos referidos al turismo, que pueden ser de carácter técnico aunque no excesivamente complejos (correspondencia, informes, medios de información).

**Descriptores**

1. Introducción al turismo.
2. La estructura profesional del turismo.
3. Tendencias actuales en turismo.
4. Relaciones con cliente.



Asignatura	Inglés para la Comunicación Turística II
Departamento	Filología Inglesa y Alemana
Área	Inglés
Materia formativa*	Idiomas
Tipo de asignatura**	Obligatoria
Nº de Créditos ECTS	6
Curso	2º
Cuatrimestre	1º

**Competencias**

COMPETENCIAS	
Transversales	Específicas
<b>1. Instrumentales</b>	
1.1. Conocimiento de una lengua extranjera	-Trabajar en inglés como lengua extranjera -Manejar técnicas de comunicación -Trabajar en medios socioculturales diferentes
1.2. Capacidad de gestión de la información	-Utilizar y analizar las TIC en los distintos ámbitos del sector turístico
<b>2. Personales</b>	
2.1. Trabajo en un contexto internacional	-Trabajar en inglés como lengua extranjera -Manejar técnicas de comunicación. -Trabajar en medios socioculturales diferentes
2.2. Habilidades en las relaciones Interpersonales	-Tener una marcada orientación de servicio al cliente. -Manejar técnicas de comunicación -Trabajar en medios socioculturales diferentes
<b>3. Sistémicas</b>	
3.1. Aprendizaje autónomo	-Utilizar las TIC
3.2. Conocimiento de otras culturas y costumbres	-Trabajar en medios socioculturales diferentes

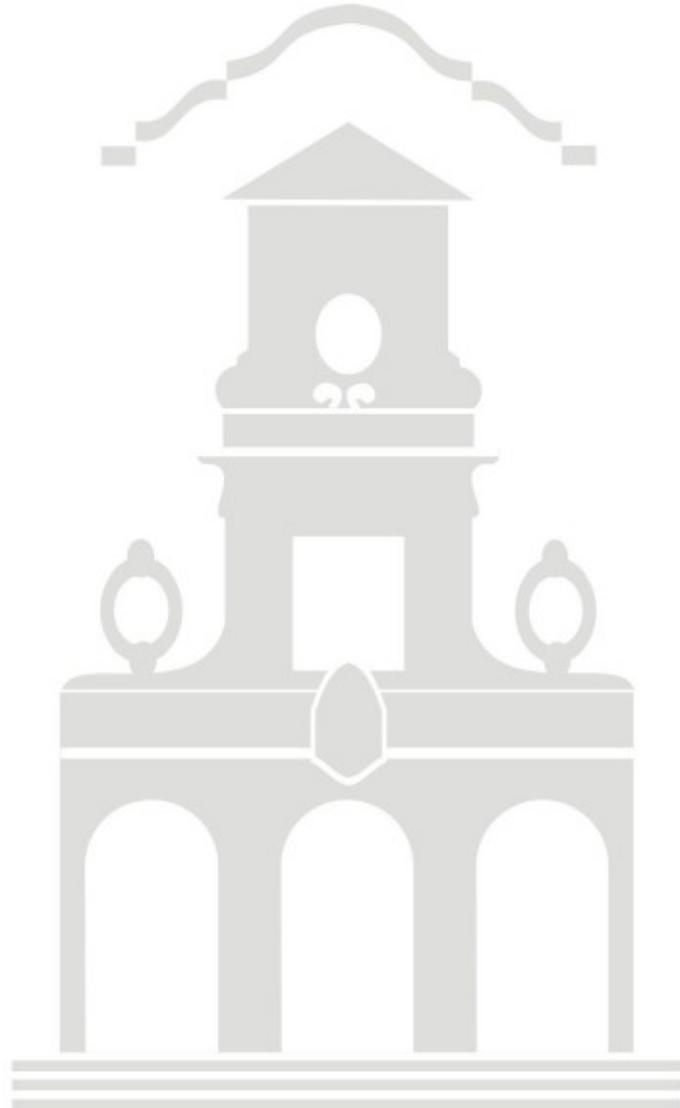
**Habilidades y destrezas**

6. Participar en las diversas tareas comunicativas orales (tanto cara a cara, como por teléfono) que se plantean en el ámbito profesional turístico. Estas tareas, como por ejemplo conversaciones informales, peticiones de información, transacciones, negociaciones, presentaciones, reuniones o servicio de guía, pueden tener carácter técnico, aunque no excesivamente complejo, y realizarse con hablantes nativos de inglés. Dichas tareas han de realizarse con la corrección y la fluidez propias del nivel B1 del Marco de referencia: el hablante utiliza con razonable corrección un repertorio de fórmulas y estructuras de uso habitual y asociadas a situaciones predecibles, y puede hablar de forma bastante fluida y comprensible, aunque haga pausas ocasionales para realizar una planificación y corrección gramatical y léxica.
7. Redactar y cumplimentar documentos propios del sector: correspondencia, informes, memorandos, materiales de promoción, pequeños artículos, cuestionarios, etc. Ser capaz de redactar sintetizando y evaluando puntos de vista diversos procedentes de varias fuentes.
8. Comprender las ideas principales de textos orales y audiovisuales relacionados con el turismo (avisos, noticias, conferencias, programas de televisión, etc.) cuando el discurso es claro y normal.

9. Ser capaz de tomar notas, en conferencias, reuniones, presentaciones, comunicación telefónica y demás situaciones profesionales. Las mismas condiciones especificadas para la comprensión de textos orales y audiovisuales se aplican en este caso.
10. Comprender textos referidos al turismo, que pueden ser de carácter técnico aunque no excesivamente complejos, (correspondencia, informes, medios de información).
11. Ser capaz de realizar labores de interpretación informal de visitantes extranjeros en el país propio o de hablantes nativos en el extranjero, así como llevar a cabo paráfrasis escritas cuando surja la necesidad en el desempeño de la profesión.
12. Ser capaz de preparar presentaciones orales centradas en productos turísticos o en recomendaciones sobre sostenibilidad ambiental aplicadas al sector, partiendo de una buena fundamentación y con el grado de formalidad requerido.

**Descriptores**

1. Agencias de viaje.
2. Tour operadores.
3. Transporte.



Asignatura	Inglés para la Comunicación Turística III
Departamento	Filología Inglesa y Alemana
Área	Inglés
Materia formativa*	Idiomas
Tipo de asignatura**	Obligatoria
Nº de Créditos ECTS	6
Curso	2º
Cuatrimestre	2º

Competencias

COMPETENCIAS	
Transversales	Específicas
<b>1. Instrumentales</b>	
1.1. Conocimiento de una lengua extranjera	-Trabajar en inglés como lengua extranjera -Manejar técnicas de comunicación -Trabajar en medios socioculturales diferentes
1.2. Capacidad de gestión de la información	-Utilizar y analizar las TIC en los distintos ámbitos del sector turístico
<b>2. Personales</b>	
2.1. Trabajo en un contexto internacional	-Trabajar en inglés como lengua extranjera -Manejar técnicas de comunicación. -Trabajar en medios socioculturales diferentes
2.2. Habilidades en las relaciones Interpersonales	-Tener una marcada orientación de servicio al cliente. -Manejar técnicas de comunicación -Trabajar en medios socioculturales diferentes
<b>3. Sistémicas</b>	
3.1. Aprendizaje autónomo	-Utilizar las TIC
3.2. Conocimiento de otras culturas y costumbres	-Trabajar en medios socioculturales diferentes

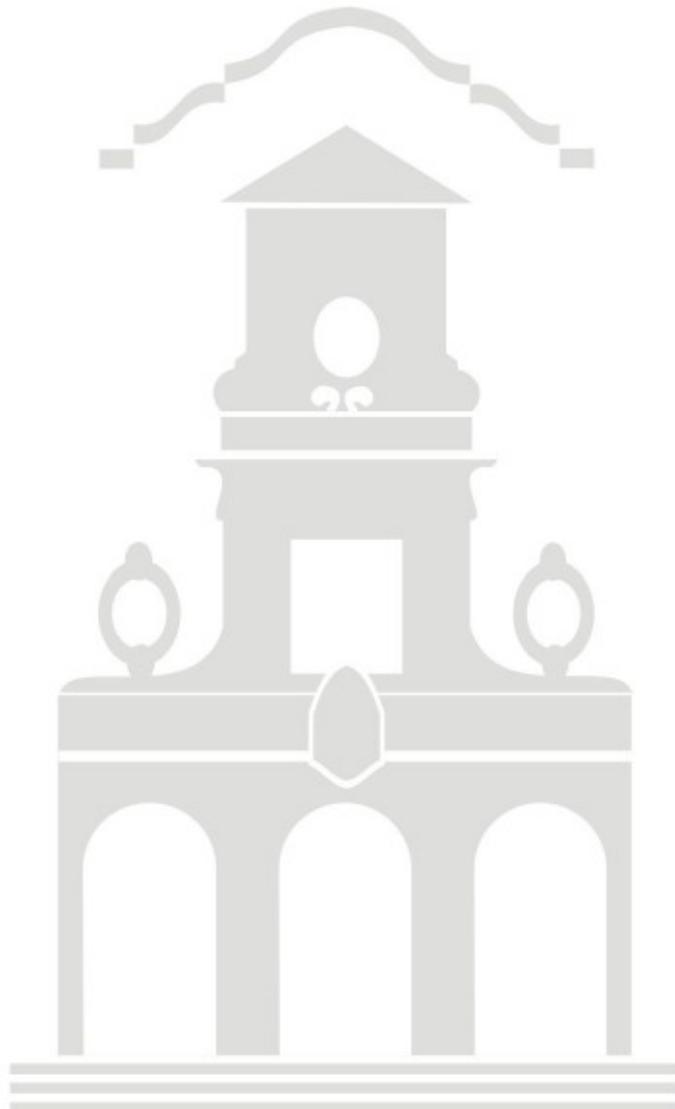
Habilidades y destrezas

1. Participar en las diversas tareas comunicativas orales (tanto cara a cara, como por teléfono) que se plantean en el ámbito profesional turístico. Estas tareas, como por ejemplo conversaciones informales, peticiones de información, transacciones, negociaciones, presentaciones, reuniones o servicio de guía, pueden tener carácter técnico, aunque no excesivamente complejo, y realizarse con hablantes nativos de inglés. Dichas tareas han de realizarse con la corrección y la fluidez propias del nivel B1 del Marco de referencia: el hablante utiliza con razonable corrección un repertorio de fórmulas y estructuras de uso habitual y asociadas a situaciones predecibles, y puede hablar de forma bastante fluida y comprensible, aunque haga pausas ocasionales para realizar una planificación y corrección gramatical y léxica.
2. Redactar y cumplimentar documentos propios del sector: correspondencia, informes, memorandos, materiales de promoción, pequeños artículos, cuestionarios, etc. Ser capaz de redactar sintetizando y evaluando puntos de vista diversos procedentes de varias fuentes.
3. Comprender las ideas principales de textos orales y audiovisuales relacionados con el turismo (avisos, noticias, conferencias, programas de televisión, etc.) cuando el discurso es claro y normal.

4. Ser capaz de tomar notas, en conferencias, reuniones, presentaciones, comunicación telefónica y demás situaciones profesionales. Las mismas condiciones especificadas para la comprensión de textos orales y audiovisuales se aplican en este caso.
5. Comprender textos referidos al turismo, que pueden ser de carácter técnico aunque no excesivamente complejos, (correspondencia, informes, medios de información).
6. Ser capaz de realizar labores de interpretación informal de visitantes extranjeros en el país propio o de hablantes nativos en el extranjero, así como llevar a cabo paráfrasis escritas cuando surja la necesidad en el desempeño de la profesión.
7. Ser capaz de preparar presentaciones orales centradas en productos turísticos o en recomendaciones sobre sostenibilidad ambiental aplicadas al sector, partiendo de una buena fundamentación y con el grado de formalidad requerido.

**Descriptor**

1. Alojamiento.
2. Guía turístico.
3. Turismo y sostenibilidad.



Asignatura	INGLÉS PARA LA COMUNICACIÓN TURÍSTICA IV	
Departamento	FILOLOGÍA INGLESA Y ALEMANA	
Área	FILOLOGÍA INGLESA	
Materia formativa*	IDIOMAS	
Tipo de asignatura**	OBLIGATORIA	
Nº de Créditos ECTS	6	
Curso	3º	
Cuatrimestre	1º	
Competencias, habilidades y destrezas		
Competencias		
	Transversales	Específicas
	Instrumentales	- Trabajar en inglés como lengua extranjera
1.1. Conocimiento de una lengua extranjera		- Manejar técnicas de comunicación
		- Trabajar en medios socioculturales diferentes
1.2. Capacidad de gestión de la información		- Utilizar y analizar las TIC en los distintos ámbitos del sector turístico
	Personales	- Trabajar en inglés como lengua extranjera
2.1. Trabajo en un contexto internacional		- Manejar técnicas de comunicación
		- Trabajar en medios socioculturales diferentes
2.2. Habilidades en las relaciones interpersonales		- Tener una marcada orientación de servicio al cliente.
		- Manejar técnicas de comunicación
		- Trabajar en medios socioculturales diferentes
	Sistémicas	- Utilizar las TIC
3.1. Aprendizaje autónomo		
3.2. Conocimiento de otras culturas y costumbres		- Trabajar en medios socioculturales diferentes
<b>Habilidades y Destrezas</b>		
<p>Se toma como punto de partida que los alumnos ya han ido adquiriendo el nivel B1 del Marco de Referencia Europeo. El objetivo es reforzar ese nivel con el fin de alcanzar una operación funcional satisfactoria y, en la medida de lo posible, avanzar hacia un nivel B2. Un usuario de nivel B2 debe ser capaz de:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>o Comprender información detallada y compleja relacionada con el trabajo precedente tanto de fuentes escritas y orales como de medios audiovisuales.</li> <li>o Interpretar y escribir informes complejos referidos al ámbito profesional, argumentando puntos de vista y decisiones.</li> <li>o Participar con fluidez en reuniones de trabajo y ferias sectoriales.</li> <li>o Realizar presentaciones orales amplias, con apoyo de TIC y con argumentación clara, en torno a proyectos y propuestas profesionales.</li> </ul> <p>Como habilidades y destrezas más concretas se persigue lo siguiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>o Familiarizarse con los aspectos más reseñables de la lengua inglesa en el área del marketing turístico y la promoción, adecuando los grados de complejidad y calidad y tipo de información al producto promocionado y al mercado objetivo al que se orienta dicho producto.</li> <li>o Manejar nociones básicas de marketing, así como de tipo de publicidad y anuncios y</li> </ul>		

- tipos de clientes o consumidores.
- o Ser capaz de comprender textos extensos y con amplio vocabulario específico en lengua inglesa referidos al momento actual del sector turístico.
- o Ser capaz de comprender información detallada procedente de medios audiovisuales y de la red.
- o Ser capaz, tanto por escrito como en presentaciones orales, de reflexionar sobre la actualidad del sector turístico y de sus posible evoluciones futuras, tanto en el ámbito local como nacional en internacional, argumentando con claridad las opiniones como las propuestas presentadas, usando con soltura las TIC como cualquier otra fuente de información.
- o Usar la lengua inglesa como herramienta de reflexión acerca de los nuevos productos turísticos, poniendo especial énfasis en todos aquellos aspectos que tengan que ver con la sostenibilidad medioambiental y el respeto a la diversidad cultural.
- o Valernos de la lengua inglesa para
  - o Ofrecer información turística.
  - o Elaborar anuncios en soportes diversos (papel, audio, video...) y folletos promocionales e informativos en lengua inglesa de productos o destinos turísticos.
  - o Elaborar una página web promocional de un producto o destino turístico.
  - o Poner en práctica estrategias de promoción y publicidad de productos turísticos (destinos reales o imaginarios, eventos musicales, deportivos, culturales, pabellones en exposiciones o ferias internacionales), detallando acciones promocionales y calendario de las mismas.

**Descriptores**

1. El marketing turístico y sus objetivos.
2. Promoción y marketing en el turismo.
3. Nuevas tendencias y posible evolución del turismo.
4. El sector de los viajes de negocios como producto específico.



Asignatura	Alemán para la comunicación turística I
Departamento	Filología Inglesa y Alemana
Área	Alemán
Materia formativa*	Idiomas
Tipo de asignatura**	Básica específica
Nº de Créditos ECTS	6
Curso	2º
Cuatrimestre	1º

**Competencias, habilidades y destrezas**

Competencias generales:

El alumno ha de ser capaz de

- Desenvolverse adecuadamente a las diferentes situaciones del ámbito turístico que se traten en la asignatura, adoptando el rol que le corresponda en cada una de ellas.
- Desarrollar las destrezas profesionales que requiera cada una de las situaciones que se plantean (trabajo en equipo, resolución de problemas, planteamiento de alternativas, etc.).
- Realizar las diversas tareas que conlleva el ejercicio de la profesión.
- Comprender y respetar las convenciones socioculturales de la lengua objeto de aprendizaje, y actuar en consecuencia.
- Manejar las herramientas necesarias, entre ellas las TIC, para el desarrollo de las actividades.
- Promover la creatividad, la iniciativa y el espíritu emprendedor.

Competencias comunicativas

El alumno ha de ser capaz de

- Utilizar las destrezas y habilidades comunicativas de comprensión, expresión e interacción oral y escrita, en la medida en que cada situación lo requiera.
- Utilizar las competencias comunicativas lingüísticas adecuadamente, tales como la pronunciación, el léxico y la gramática.
- Desarrollar las destrezas propias de la dimensión social de la lengua, como son los marcadores lingüísticos de relaciones sociales, las normas de cortesía, las diferencias de registro, etc.
- Estructurar y presentar el discurso de forma coherente (competencia discursiva), de expresar las diferentes funciones del lenguaje (competencia funcional) y de secuenciar su discurso según los esquemas de interacción (competencia organizativa).

**Descriptores**

Introducción a la lengua alemana específica del sector turístico.

Se capacitará al alumno para comunicarse en una variada gama de situaciones del ámbito turístico, desarrollando estrategias de expresión, comprensión, interacción y mediación e incluyendo la terminología y las estructuras propias del sector. Sin descuidar las otras destrezas, se potenciará la comunicación oral.

Se parte del nivel A1 del Marco común europeo de referencia para las Lenguas y se alcanzará el nivel A1+.

Asignatura	Alemán para la comunicación turística II
Departamento	Filología Inglesa y Alemana
Área	Alemán
Materia formativa*	Idiomas
Tipo de asignatura**	Obligatoria
Nº de Créditos ECTS	6
Curso	2º
Cuatrimestre	2º

**Competencias, habilidades y destrezas**

Competencias generales:

El alumno ha de ser capaz de

- Desenvolverse adecuadamente a las diferentes situaciones del ámbito turístico que se traten en la asignatura, adoptando el rol que le corresponda en cada una de ellas.
- Desarrollar las destrezas profesionales que requiera cada una de las situaciones que se plantean (trabajo en equipo, resolución de problemas, planteamiento de alternativas, etc.).
- Realizar las diversas tareas que conlleva el ejercicio de la profesión.
- Comprender y respetar las convenciones socioculturales de la lengua objeto de aprendizaje, y actuar en consecuencia.
- Manejar las herramientas necesarias, entre ellas las TIC, para el desarrollo de las actividades.
- Promover la creatividad, la iniciativa y el espíritu emprendedor.

Competencias comunicativas

El alumno ha de ser capaz de

- Utilizar las destrezas y habilidades comunicativas de comprensión, expresión e interacción oral y escrita, en la medida en que cada situación lo requiera.
- Utilizar las competencias comunicativas lingüísticas adecuadamente, tales como la pronunciación, el léxico y la gramática.
- Desarrollar las destrezas propias de la dimensión social de la lengua, como son los marcadores lingüísticos de relaciones sociales, las normas de cortesía, las diferencias de registro, etc.
- Estructurar y presentar el discurso de forma coherente (competencia discursiva), de expresar las diferentes funciones del lenguaje (competencia funcional) y de secuenciar su discurso según los esquemas de interacción (competencia organizativa).

**Descriptores**

Ampliación del espectro de situaciones comunicativas de la lengua alemana específica del sector turístico, así como de las competencias comunicativas en lo relativo a expresión, comprensión, interacción y mediación, potenciando en este caso la comunicación escrita y utilizando para ello las TIC.

Se parte del nivel A1+ del Marco común europeo de referencia para las Lenguas y se alcanzará el nivel A2.

Asignatura	Alemán para la comunicación turística III
Departamento	Filología Inglesa y Alemana
Área	Alemán
Materia formativa*	Idiomas
Tipo de asignatura**	Obligatoria
Nº de Créditos ECTS	6
Curso	3º
Cuatrimestre	1º

**Competencias, habilidades y destrezas**

Competencias generales:

El alumno ha de ser capaz de

- Desenvolverse adecuadamente a las diferentes situaciones del ámbito turístico que se traten en la asignatura, adoptando el rol que le corresponda en cada una de ellas.
- Desarrollar las destrezas profesionales que requiera cada una de las situaciones que se plantean (trabajo en equipo, resolución de problemas, planteamiento de alternativas, etc.).
- Realizar las diversas tareas que conlleva el ejercicio de la profesión.
- Comprender y respetar las convenciones socioculturales de la lengua objeto de aprendizaje, y actuar en consecuencia.
- Manejar las herramientas necesarias, entre ellas las TIC, para el desarrollo de las actividades.
- Promover la creatividad, la iniciativa y el espíritu emprendedor.

Competencias comunicativas

El alumno ha de ser capaz de

- Utilizar las destrezas y habilidades comunicativas de comprensión, expresión e interacción oral y escrita, en la medida en que cada situación lo requiera.
- Utilizar las competencias comunicativas lingüísticas adecuadamente, tales como la pronunciación, el léxico y la gramática.
- Desarrollar las destrezas propias de la dimensión social de la lengua, como son los marcadores lingüísticos de relaciones sociales, las normas de cortesía, las diferencias de registro, etc.
- Estructurar y presentar el discurso de forma coherente (competencia discursiva), de expresar las diferentes funciones del lenguaje (competencia funcional) y de secuenciar su discurso según los esquemas de interacción (competencia organizativa).

**Descriptor**

Profundización en la lengua alemana específica del sector turístico potenciando las habilidades comunicativas orales y escritas en público.

Se parte del nivel A2 del Marco común europeo de referencia para las Lenguas y se alcanzará el nivel A2+.

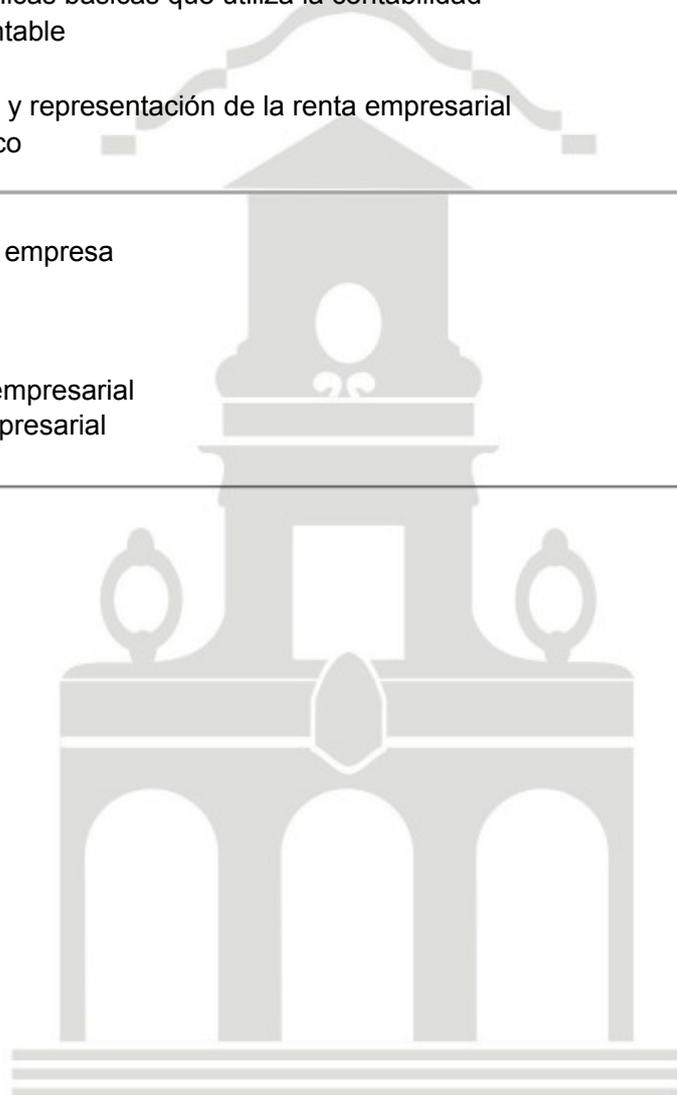
Asignatura	Contabilidad Financiera
Departamento	Economía Financiera y Contabilidad
Área	Economía Financiera y Contabilidad
Materia formativa*	Gestión de empresas turísticas
Tipo de asignatura**	Obligatoria
Nº de Créditos ECTS	6
Curso	2º
Cuatrimestre	2º

**Competencias, habilidades y destrezas**

- El alumno de la asignatura de Contabilidad Financiera debe adquirir conocimientos que les permita:
  - Comprender las nociones básicas, los fundamentos y aplicaciones de la contabilidad.
  - Comprender el impacto de las operaciones económicas que desarrollan las empresas en su patrimonio empresarial, tanto desde el punto de vista de su representación como de su evolución.
- En concreto el alumno debe ser capaz de:
  - Manejar los conceptos fundamentales de la contabilidad
  - Manejar la metodología y las técnicas básicas que utiliza la contabilidad
  - Familiarizarse con el proceso contable
  - Realizar asientos contables
  - Conocer el proceso de formación y representación de la renta empresarial
  - Determinar el resultado económico
  - Elaborar las Cuentas Anuales

**Descriptor**

1. La información económica de la empresa
2. El patrimonio empresarial
3. Plan General de Contabilidad
4. El proceso contable general
5. Análisis contable de la riqueza empresarial
6. Análisis contable de la renta empresarial
7. Las Cuentas Anuales



Asignatura	CONTABILIDAD PARA EL CÁLCULO Y EL CONTROL DE COSTES
Departamento	Economía Financiera y Contabilidad
Área	Economía Financiera y Contabilidad
Materia formativa*	Producción de servicios turísticos
Tipo de asignatura**	Obligatoria
Nº de Créditos ECTS	6
Curso	3º
Cuatrimestre	1º
<p><b>Competencias, habilidades y destrezas</b></p> <p>Competencias</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Capacidad para diseñar sistemas adecuados para la obtención de la información contable interna relevante</li> <li>▪ Capacidad para diseñar modelos de costes adaptados a las características específicas de las empresas turísticas</li> <li>▪ Capacidad para implantar modelos de costes adaptados a las características específicas de las empresas turísticas</li> <li>▪ Capacidad para valorar e interpretar la información interna para toma de decisiones.</li> </ul> <p>Habilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Razonamiento con criterios económicos</li> <li>- Capacidad crítica y capacidad de análisis y síntesis</li> <li>- Habilidad para trabajar en equipo y enfrentarse a problemas del día a día de la empresa</li> <li>- Habilidad para presentar en público informes y soluciones de manera concisa y coherente</li> </ul> <p>Destrezas</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Obtención y preparación de información para su tratamiento en Contabilidad Analítica</li> <li>Identificación de los costes de los factores productivos consumidos en un período</li> <li>Clasificación de los costes</li> <li>Imputación de los costes a los a los diferentes servicios y obtención de márgenes y resultados</li> <li>Asignación de costes por áreas operativas</li> <li>Interpretación de información interna para la toma de decisiones</li> <li>Elaboración de informes basados en información interna</li> </ul>	
<p><b>Descriptor</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Conceptos fundamentales de Contabilidad Analítica.</li> <li>2. Clasificación de los costes. Medida, interpretación y registro de los distintos factores productivos de la empresa turística</li> <li>3. Sistemas de costes adaptados a las empresas turísticas</li> <li>4. Asignación del coste a los servicios y a las distintas áreas funcionales de la empresa</li> <li>5. Control y gestión de costes</li> </ol>	

Asignatura	Gestión Financiera de Actividades Turísticas
Departamento	Economía Financiera y Contabilidad
Área	Economía Financiera y Contabilidad
Materia formativa*	Gestión de empresas turísticas
Tipo de asignatura**	Obligatoria
Nº de Créditos ECTS	6
Curso	4º
Cuatrimestre	1º

**Competencias, habilidades y destrezas**

Competencias:

- Capacidad para aplicar la teoría a una situación real en la empresa.
- Capacidad para gestionar adecuadamente los recursos financieros y conocer la situación patrimonial de la empresa.
- Capacidad para valorar diferentes alternativas de inversión y elegir la más rentable.
- Capacidad para valorar las diferentes fuentes de financiación disponibles y elegir la de menor coste.
- Capacidad para gestionar cobros y pagos en divisa extranjera.

Habilidades:

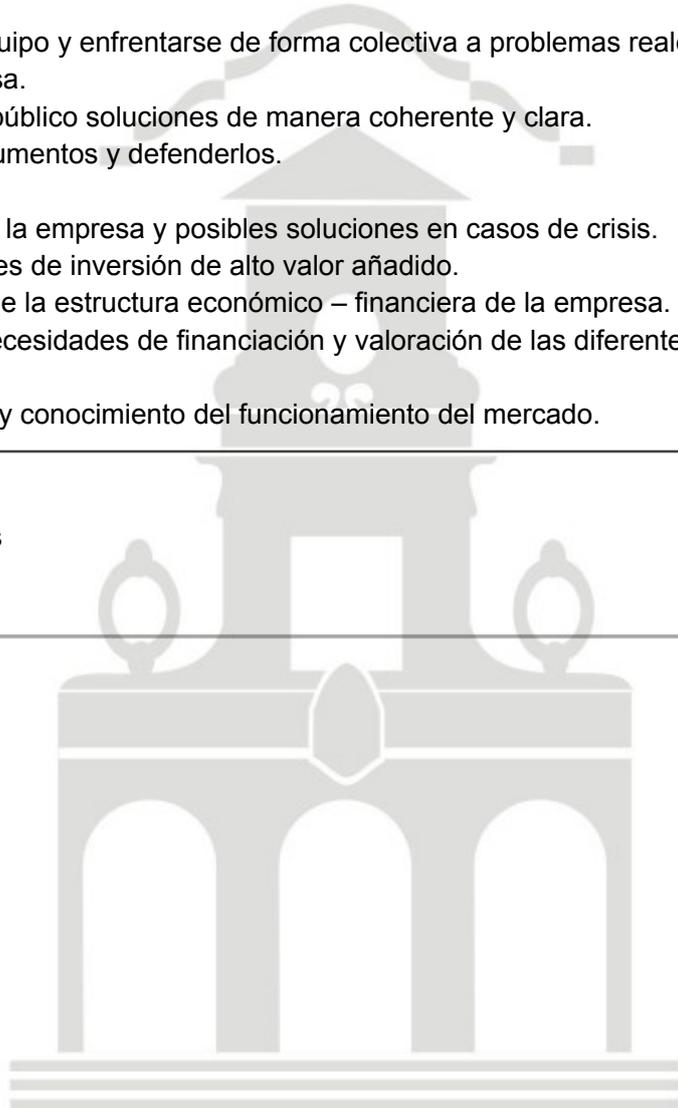
- Habilidad para trabajar en equipo y enfrentarse de forma colectiva a problemas reales del día a día de la empresa.
- Habilidad para presentar en público soluciones de manera coherente y clara.
- Habilidad para presentar argumentos y defenderlos.

Destrezas:

- Evaluación de la situación de la empresa y posibles soluciones en casos de crisis.
- Identificación de oportunidades de inversión de alto valor añadido.
- Toma de decisiones acerca de la estructura económico – financiera de la empresa.
- Capacidad para prever las necesidades de financiación y valoración de las diferentes alternativas disponibles.
- Manejo de diferentes divisas y conocimiento del funcionamiento del mercado.

**Descriptor**

1. Análisis financiero
2. Análisis y política de inversiones
3. Fuentes de financiación
4. Mercados financieros



Asignatura	Derecho privado
Departamento	Disciplinas jurídicas básicas Derecho internacional, procesal y mercantil
Área	Derecho civil (3 créditos) Derecho mercantil (3 créditos)
Materia formativa*	Fundamentos
Tipo de asignatura**	Básica común
Nº de Créditos ECTS	6: 3 Derecho Civil y 3 Derecho Mercantil
Curso	1º
Cuatrimestre	1º

**Competencias, habilidades y destrezas**

- 1) Competencias, habilidades y destrezas genéricas de rama:
- Conocer las instituciones y conceptos básicos del derecho.
  - Utilizar la terminología jurídica, los conceptos y las concepciones jurídicas básicas.
  - Analizar críticamente, sintetizar e interpretar los fenómenos jurídicos.
  - Entender e interpretar textos jurídicos.
  - Ser capaz de reunir e interpretar datos relevantes, así como emitir juicios que incluyan reflexiones sobre temas de índole jurídica.
  - Comprender las relaciones entre Derecho y realidad social.
- 2) Competencias, habilidades y destrezas específicas del grado en Turismo:
- Conocer las instituciones básicas del derecho mercantil
  - Conocer el régimen jurídico aplicable al empresario
  - Utilización de instrumentos del tráfico jurídico empresarial (contratos mercantiles, títulos-valores)
  - Utilización de terminología jurídico-empresarial básica
  - Habilidad en la búsqueda de información jurídica

**Descriptor genérico de rama:**

1. El Derecho como forma de organización y como sistema normativo
2. Teoría del Derecho: la norma jurídica y el sistema jurídico
3. Interpretación y aplicación del Derecho
4. Las ramas del Derecho
5. Conceptos jurídicos fundamentales
6. Las fuentes del Derecho: La Constitución como norma jurídica. La Ley, la costumbre, los principios generales del Derecho. Las normas de la UE.
7. Los Derechos Humanos: derecho, justicia, valores y derechos humanos
8. Derechos y libertades fundamentales: especial referencia a la igualdad

**Descriptor específico del grado en Turismo:**

A.-El Derecho como forma de organización y como sistema normativo. La norma jurídica y el sistema jurídico.

1. El Derecho. El ordenamiento jurídico, y sus principios estructurales.
2. Las fuentes del derecho. La Constitución, la ley, los reglamentos, la costumbre, los principios generales del derecho.
3. El derecho de la Unión Europea.
4. Derecho privado y derecho público. Otras ramas del derecho.

B.-Interpretación y aplicación del derecho.

1. Vigencia y eficacia de las normas jurídicas.
2. Interpretación e integración de las normas jurídicas.
3. La jurisdicción y los tribunales.

C. -Conceptos jurídicos fundamentales.

1. El sujeto de derecho. Personas. Personalidad jurídica, capacidad jurídica, capacidad de obrar. Nacionalidad y vecindad civil.
2. Derechos humanos, Derechos fundamentales y derechos o bienes de la personalidad.

Especial referencia a la igualdad

3. Los Bienes y las cosas.

4. El derecho subjetivo.

5. La autonomía de la voluntad. El Negocio jurídico.

D.-El Derecho Patrimonial.

1. El Patrimonio y el Derecho Patrimonial.

2. Derecho de cosas y derecho de obligaciones.

3. La obligación y la relación obligatoria: concepto, naturaleza y fuentes. Estructura: sujetos, objeto y contenido.

4. Dinámica de las relaciones obligatorias. Cumplimiento, incumplimiento, extinción, Transmisión.

5. Aseguramiento y efectividad del crédito.

6. El Contrato. Concepto, requisitos, eficacia e ineficacia.

7. Contratos en particular.

8. La Responsabilidad extracontractual.

E.-El estatuto jurídico del empresario.

1. Concepto y clases de empresario

2. El empresario individual

3. Responsabilidad contractual y extracontractual del empresario

4. Los colaboradores del empresario

5. El Registro Mercantil

6. El establecimiento mercantil

F. Propiedad industrial y Derecho de la competencia

1. La propiedad industrial. Signos distintivos. Invenciones y creaciones técnicas

2. La defensa de la competencia

3. La competencia desleal

4. Publicidad comercial

G. La contratación mercantil

1. Compraventa mercantil y contratos afines

2. Los contratos de colaboración: comisión, agencia y distribución

3. Contratos turísticos: transporte, hospedaje, contrato de utilización de inmuebles a tiempo compartido y viaje combinado

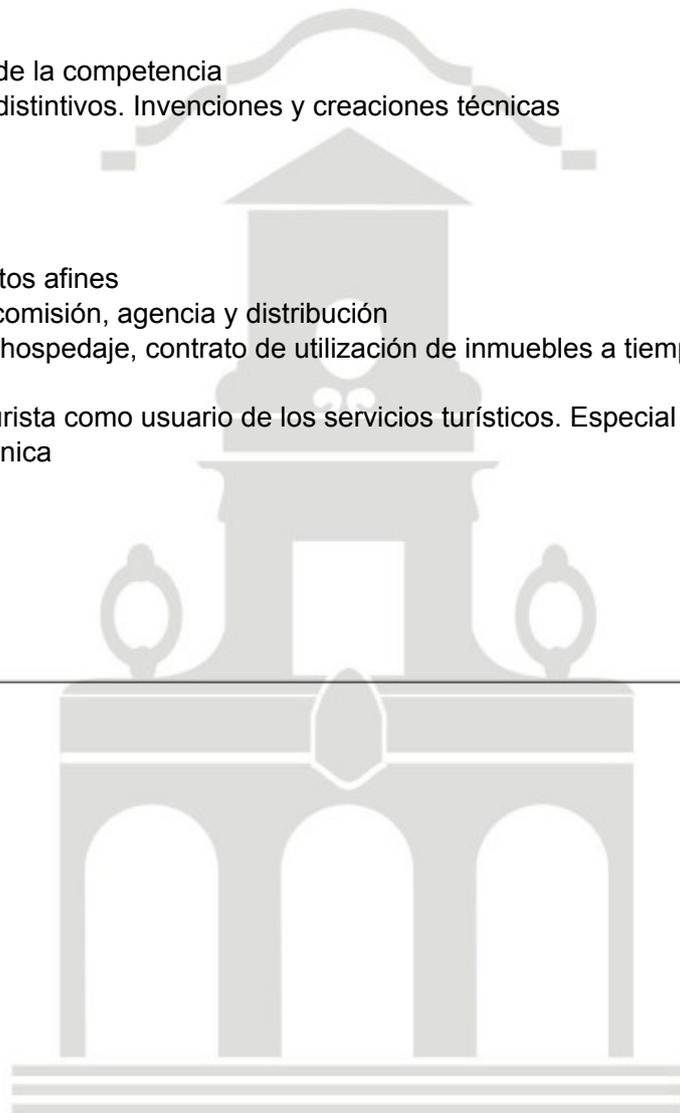
4. Consumidores: protección del turista como usuario de los servicios turísticos. Especial referencia a la contratación electrónica

H. Títulos-valores

1. Letra de cambio

2. Cheque

3. Pagaré



Asignatura	Derecho mercantil y financiero
Departamento	Derecho financiero, del trabajo y de la seguridad social Derecho internacional, procesal y mercantil
Área	Derecho financiero y tributario (4 créditos) Derecho mercantil (2 créditos)
Materia formativa*	Gestión de empresas turísticas
Tipo de asignatura**	Básica Específica
Nº de Créditos ECTS	6: 4 Derecho Financiero y Tributario y 2 Derecho Mercantil
Curso	1º
Cuatrimestre	2º

**Competencias, habilidades y destrezas**

- Conocimiento de los distintos tipos societarios mercantiles y características configuradoras de los mismos
- Conocimiento de las normas de constitución, funcionamiento, organización y extinción de las sociedades mercantiles.
- Comprensión del marco jurídico-tributario de las actividades turísticas mediante el conocimiento del régimen tributario de las empresas que operan en el sector turístico
- Comprensión y análisis crítico de textos jurídico-tributarios
- Capacidad para planificar y desarrollar la actividad turística de acuerdo con el marco jurídico-tributario vigente
- Utilización de terminología jurídico-empresarial
- Habilidad en la búsqueda de información jurídic-empresarial y tributaria

**Descriptor**

**a) Derecho de sociedades**

1. Los empresarios sociales
  - 1.1 Concepto y tipos
  - 1.2 Notas esenciales de la sociedades mercantiles
2. Las sociedades de personas
  - 2.1 La sociedad colectiva
  - 2.2 La sociedad comanditaria simple
  - 2.3 Las cuentas en participación
3. Las sociedades de capital
  - 3.1 Principios fundamentales
  - 3.2 Fundación y aportaciones sociales
  - 3.3 Acciones y obligaciones
  - 3.4 Órganos sociales: la junta general y los administradores
  - 3.5 Las cuentas anuales y la distribución del resultado del ejercicio
  - 3.6 Modificación de los estatutos: aumento y disminución de capital
4. Disolución y liquidación de sociedades mercantiles

**b) Derecho financiero**

1. Conceptos básicos del Derecho Tributario
2. Régimen jurídico-tributario de las empresas turísticas: El Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas; el Impuesto de Sociedades, el Impuesto de Transmisiones Patrimoniales y Actos Jurídicos Documentados; el Impuesto sobre el Valor Añadido; el Impuesto General Indirecto Canario.
3. Régimen Económico-Fiscal de Canarias y su incidencia en las actividades turísticas: Incentivos a la inversión; la Reserva para inversiones en Canarias; la Zona Especial de Canarias

Asignatura	DERECHO ADMINISTRATIVO DEL TURISMO
Departamento	DISCIPLINAS JURÍDICAS BÁSICAS
Área	DERECHO ADMINISTRATIVO.
Materia formativa*	FUNDAMENTOS.
Tipo de asignatura**	Obligatoria.
Nº de Créditos ECTS	6
Curso	2º
Cuatrimestre	2º

**Competencias, habilidades y destrezas**

**Competencias:**

- Comprensión del ámbito de proyección, actuación y aplicación del Derecho Administrativo, como Derecho público de potestades y garantías.
- Identificación del Estado de Derecho. Conocimiento de la Constitución como norma jurídica (aspectos dogmáticos y orgánicos). Funcionamiento de los poderes del Estado, con especial referencia al Poder Ejecutivo: el Gobierno y la Administración pública. La multiplicidad de Administraciones públicas en la organización territorial del Estado.
- Determinación, distinción e interrelación de las fuentes normativas del Ordenamiento jurídico administrativo: Constitución, Ley (Orgánica/ordinaria), Disposiciones normativas con fuerza de Ley (Decreto Ley/Decreto Legislativo), y el Reglamento. Aprendizaje en el manejo de las herramientas normativas.
- Conocimiento de los elementos básicos de la relación jurídico-administrativa: acto y contratos administrativos. Los sistemas de control de la actividad administrativa.
- Asimilación de los medios y técnicas de intervención pública en los sectores de actividad económica: la ordenación sustantiva del turismo en Canarias, y su interrelación con el régimen de los recursos esenciales: suelo, ordenación del territorio y medio ambiente.

**Habilidades y destrezas:**

- Conoce y distingue la tipología de fuentes normativas del Derecho Administrativo, los sujetos titulares de esta potestad, así como su interrelación en los planos vertical (jerarquía) y horizontal (competencia).  
Es capaz de distinguir los diversos ámbitos jurídicos de actuación (públicos o privados), en la actividad turística; identificando el supuesto de hecho con el ordenamiento aplicable, donde ha de encontrar la solución o respuesta.
- Tiene facilidad para manejar las herramientas jurídicas. Se familiariza con la estructura normativa, sabe encontrar, en cualquier soporte, las resoluciones judiciales, y puede manejar bibliografía de autores.
- Conoce la estructura básica de funcionamiento de las Administraciones públicas en general. Y, en particular, de aquéllas con competencias en materia turística, identificando las correspondientes funciones en cada una de ellas.
- Es consciente de los modos e instrumentos básicos de que dispone, para entablar una relación jurídica con cualquier Administración pública.
- Conoce las reglas del juego de la actividad turística, el alcance y contenido de las políticas turísticas, y su directa imbricación con otros ámbitos sujetos a regulación.

**Descriptores**

DERECHO ADMINISTRATIVO DEL TURISMO.

INTRODUCCIÓN: CONCEPTOS BÁSICOS.

- 1.- Presupuestos del Derecho Administrativo: Estado de Derecho, división de poderes e intervencionismo.
- 2.- El poder ejecutivo: Gobierno y Administración. Caracterización jurídica de las Administraciones públicas: servicio a los intereses generales y sometimiento al Derecho. Las potestades administrativas.
- 3.- Concepto y caracteres del Derecho Administrativo del Turismo.

#### LAS FUENTES DEL DERECHO ADMINISTRATIVO

- 4.- La Constitución como norma jurídica. Ley, Decreto-Ley y Decreto Legislativo.
- 5.- El Reglamento. Alcance y límites de la potestad reglamentaria. Clases de reglamentos. El control de los reglamentos ilegales.

#### ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA

- 6.- Principios de la organización administrativa. En especial, competencia y jerarquía.
- 7.- Configuración de las Administraciones públicas españolas.

#### LOS MODOS DE ESTABLECIMIENTO DE LA RELACIÓN JURÍDICA

- 8.- El acto administrativo. Concepto. Clases. Discrecionalidad y ejecutividad.
- 9.- Eficacia del acto administrativo. Notificación y publicación. La ejecución forzosa.
- 10.- Invalidez, nulidad, anulabilidad, irregularidad no invalidante. Conversión, conservación y convalidación.
- 11.- Los contratos administrativos. Concepto. Clases. Régimen jurídico.
- 12.- Preparación, adjudicación, ejecución, y extinción de los contratos administrativos.

#### EL CONTROL DE JURIDICIDAD

- 13.- El procedimiento administrativo. Principios, fases, derechos de los interesados.
- 14.- Obligación de resolver y silencio administrativo.
- 15.- Los recursos administrativos. La revisión de oficio de actos y reglamentos.

- 20.- El control judicial. Recurso Contencioso-Administrativo.

#### EL SECTOR TURÍSTICO.

- 21.- El régimen jurídico del turismo en Canarias. En particular, la Ley 7/1995, de 6 de abril, de Ordenación del Turismo de Canarias.
- 23.- Las Administraciones públicas en materia turística: delimitación, competencias y relaciones intersubjetivas.
- 24.- La actividad turística: derechos y deberes. El estatuto jurídico de los profesionales turísticos.
- 25.- La ordenación general de la actividad turística. Requisitos de acceso y condiciones para el desarrollo de la actividad.
- 26.- La ordenación particular de la oferta turística. La actividad turística alojativa. El Régimen de intermediación turística. Otras actividades turísticas.
- 27.- El fomento de la actividad turística. Los servicios públicos en los municipios con actividades turísticas.
- 28.- El régimen sancionador en materia turística. La inspección.
- 29.- El estatuto del municipio turístico.
- 30.- El estatuto jurídico de la propiedad del suelo turístico: derechos y deberes. Técnicas de reparto y redistribución de beneficios y cargas del planeamiento.
- 31.- La ordenación del territorio. La planificación del suelo turístico. Clases de planes y normas urbanísticas. Aprobación, modificación y revisión.
- 32.- La ejecución del planeamiento. Sistemas de ejecución de los planes. La intervención pública en el mercado inmobiliario.
- 33.- La edificación: la licencia urbanística. La disciplina urbanística: protección de la legalidad, infracciones y sanciones.
- 34.- Las Directrices de Ordenación del Turismo.
- 35.- Un régimen singular: La Ley de Medidas de ordenación Territorial de la actividad Turística en las Islas de El Hierro, La Gomera, y La Palma.

#### BIBLIOGRAFÍA:

- VILLAR ROJAS, F.J., y BETANCORT REYES, F.J.: "Código de Derecho Turístico de Canarias". Ed. Idea, y Gobierno de Canarias. Tenerife, 2004.
- VILLAR ROJAS, F.J. (Dir.), y HERNÁNDEZ GONZÁLEZ, F.L. (Coord.): "Derecho Urbanístico de Canarias". Instituto de Estudios Canarios. Tenerife, 2003.
- VILLAR ROJAS, F.J.: "La ordenación territorial del turismo: luces y sombras de la limitación del

- crecimiento turístico en Canarias". "Actualidad Administrativa". Núm. 24. Madrid, 2003.
- VILLAR ROJAS, F.J.: "La gestión urbanística del suelo rústico: un régimen emergente". En [Obra Colectiva]: "Veinte años de Derecho Urbanístico Canario". Ed. Montecorvo y Gobierno de Canarias. Madrid, 2007.
  - BLANQUER CRIADO, D.: "Derecho del Turismo". Ed. Tirant Lo Blanch. Valencia, última edición.
  - BOUAZZA ARIÑO, O.: "Planificación Turística Autonómica". Ed. Reus. Madrid, 2007.
  - CORCHERO, M.: "Derecho del Turismo. Conceptos fundamentales". 1ª edición. Ed. Iustel. Madrid, 2008.
  - GARCÍA MACHO, R. y RECALDE CASTELLS, A.: "Lecciones de Derecho del Turismo". Ed. Tirant lo Blanch. Valencia, última edición.
  - FERNÁNDEZ RODRÍGUEZ, C.: "Derecho Administrativo del Turismo". Ed. Marcial Pons. Madrid, última edición.
  - FERNÁNDEZ, T.R.: "Manual de Derecho Urbanístico". Ed. El Consultor. Madrid, última edición.
  - GARCÍA DE ENTERRÍA, E. y FERNÁNDEZ, T.R.: "Curso de Derecho Administrativo". Vols. I y II. Ed. Civitas. Madrid, última edición.
  - SANTAMARÍA PASTOR, J.A.: "Principios de Derecho Administrativo". Vols. I y II. Ed. Iustel. Madrid, última edición.



Asignatura	Economía
Departamento	Análisis Económico
Área	Fundamentos del Análisis Económico
Materia formativa*	Fundamentos del turismo
Tipo de asignatura**	Básica común
Nº de Créditos ECTS	6
Curso	1º
Cuatrimestre	1º

**Competencias, habilidades y destrezas**

Conocer las instituciones y los conceptos básicos de la Economía.  
 Dominar la terminología económica básica y utilizarla en los contextos apropiados.  
 Adquirir y utilizar una forma de razonamiento basada en el análisis económico.  
 Analizar críticamente, sintetizar e interpretar los fenómenos económicos.  
 Comunicar oralmente, y por escrito, los conocimientos y razonamientos económicos.  
 Saber buscar y utilizar las fuentes estadísticas que proporcionan información económica.  
 Saber distinguir e interpretar datos económicos relevantes.  
 Saber emitir juicios que incluyan reflexiones sobre temas de índole económica.

**Descriptores**

1. El objeto de análisis de la economía
2. La oferta, la demanda y el mercado
3. Estructuras de mercados
4. Los fallos del mercado
5. Conceptos macroeconómicos básicos
6. El presupuesto del Estado y la política fiscal
7. El dinero, los tipos de interés y la política monetaria



Asignatura	Patrimonio Cultural
Departamento	Prehistoria, Antropología e Historia Antigua
Área	Antropología Social
Materia formativa*	Recursos
Tipo de asignatura**	Obligatoria
Nº de Créditos ECTS	6
Curso	2º
Cuatrimestre	1º

**Competencias, habilidades y destrezas**

**Destrezas:**

- Reconocimiento y evaluación de la importancia del Patrimonio Cultural en el Sistema Turístico.
- Capacidad de identificación del posible valor añadido de elementos patrimoniales específicos en un destino.
- Toma de decisiones de uso del Patrimonio Cultural como elemento diferenciador del destino o producto.
- Capacidad para prever los efectos del uso turístico del elemento patrimonial sobre el bien afectado.
- Capacidad para prever los efectos del uso turístico del elemento patrimonial sobre sí mismo y sus usuarios (poblaciones locales, residentes y turistas), con especial incidencia sobre las percepciones y construcción del recuerdo e identidad del destino.
- Desarrollo de la imaginación y capacidades de innovación diferencial, para ser capaz de ofrecer satisfacción a los implicados en la producción y consumo turísticos a través del consumo de productos turístico-patrimoniales.
- Manejo de las técnicas de investigación esenciales para analizar problemas e implementar soluciones en el Sistema.

**Habilidades sociales:**

- Aptitud para trabajar en equipo y enfrentarse a situaciones problemáticas de manera colectiva
- Habilidad para presentar en público soluciones de manera clara y coherente
- Habilidad para argumentar juicios y poder defenderlos con rigor
- Desarrollo de la habilidad crítica ante la discusión de casos y los trabajos de los compañeros y de autocrítica ante los propios.

**Competencias profesionales**

- Capacidad para aplicar la teoría a un problema práctico
- Habilidades de identificación, investigación y puesta en uso de recursos patrimoniales.
- Promover el uso turístico de los inventarios y adecuada documentación de los bienes patrimoniales
- Capacidad para organizar y planificar situaciones y usos turísticos respetuosos con el patrimonio cultural
- Aportar soluciones a la renovación de los destinos e implementación de productos turístico-patrimoniales
- Promover el desarrollo de aptitudes y habilidades para un comportamiento ético en la actividad profesional

**Descriptor:**

- Cultura, turismo y patrimonio cultural.
- El patrimonio cultural en su contexto.
- La activación del patrimonio.
- Uso turístico, exposición y museografía del patrimonio.
- Los usos actuales del patrimonio etnográfico: estudio de casos.