

La Universidad de Valencia (Estudi General) ha aprobado el plan de estudios de la diplomatura de Turismo, por acuerdo de su Junta de Gobierno de 30 de junio de 1997. Así, pues, de conformidad con lo dispuesto en los artículos 24.4.b) y 29 de la Ley 11/1983, de 25 de agosto, de Reforma Universitaria, homologado por Acuerdo de 18 de septiembre de 1997 de la Comisión Académica del Consejo de Universidades, y a los efectos de lo dispuesto en el artículo 10.2 del Real Decreto 1497/1987, de 27 de noviembre, Este Rectorado ha resuelto ordenar su publicación en el «Boletín Oficial del Estado» tal y como figura en el anexo.

Valencia, 13 de noviembre de 1997.—El Rector, Pedro Ruiz Torres.

ANEXO 2-A. Contenido del plan de estudios.

UNIVERSIDAD

UNIVERSITAT DE VALÈNCIA (ESTUDI GENERAL)

PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTES AL TÍTULO DE
DIPLOMADO EN TURISMO

1. MATERIAS TRONCALES								
CICLO	curso (1)	Denominación (2)	Asignatura/s en las que la Universidad en su caso, organiza/diversifica la materia (3)	Créditos anuales (4)			Breve descripción del contenido	Vinculación a áreas de conocimiento (5)
				Totales	Teóricos	Prácticos/ clínicos		
1		IDIOMAS	LENGUA INGLESA PARA TURISMO I LENGUA ALEMANA PARA TURISMO I LENGUA ITALIANA PARA TURISMO I LENGUA FRANCESA PARA TURISMO I	9T 4,5 4,5 4,5 4,5	0T 0 0 0 0	9T 4,5 4,5 4,5 4,5	Intensificación y perfeccionamiento de dos idiomas, elegidos por la universidad y con especial aplicación al sector turístico.	FILOLOGÍA INGLESA FILOLOGÍA ALEMANA FILOLOGÍA ITALIANA FILOLOGÍA FRANCESA
1		DERECHO Y LEGISLACIÓN	DERECHO Y LEGISLACIÓN	9T 9	9T 9	0T 0	Introducción al Derecho. Derecho de la contratación y del consumo en el sector turístico. Legislación específica del turismo.	DERECHO CIVIL DERECHO MERCANTIL DERECHO DEL TRABAJO Y DE LA SEGURIDAD SOCIAL DERECHO FINANCIERO Y TRIBUTARIO DERECHO ADMINISTRATIVO
1		ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN DE EMPRESAS	ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN DE EMPRESAS I ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN DE EMPRESAS: LOS RECURSOS HUMANOS.	T9 4,5 4,5	6T 3 3	3T 1,5 1,5	Análisis de las estructuras organizativas y de los recursos humanos de las empresas turísticas.	ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS
1		RECURSOS TERRITORIALES TURÍSTICOS	RECURSOS TERRITORIALES TURÍSTICOS	9T 9	6T 6	3T 3	Estudio del medio para el desarrollo de turismo. Su implantación y ordenación en el espacio.	ANÁLISIS GEOGRÁFICO REGIONAL GEOGRAFÍA HUMANA ECOLOGÍA
1		PATRIMONIO CULTURAL	PATRIMONIO CULTURAL	6T+1,5A 7,5	6T+1,5A 7,5	0T 0	Manifestaciones artísticas y culturales. Análisis del patrimonio cultural como recurso turístico.	ANTROPOLOGÍA SOCIAL HISTORIA DEL ARTE
1		CONTABILIDAD	CONTABILIDAD	6T 6	3T 3	3T 3	Contabilidad financiera y de costes aplicadas al turismo.	ECONOMÍA FINANCIERA Y CONTABILIDAD
1		ESTRUCTURA DE MERCADOS	ESTRUCTURA DE MERCADOS	6T 6	4,5T 4,5	1,5T 1,5	Análisis de los flujos turísticos. Estructura de los mercados turísticos. Oferta y demanda.	ECONOMÍA APLICADA SOCIOLOGÍA PSICOLOGÍA SOCIAL

1. MATERIAS TRONCALES

CICLO	curso (1)	Denominación (2)	Asignatura/s en las que la Universidad en su caso, organiza/diversifica la materia (3)	Créditos anuales (4)			Breve descripción del contenido	Vinculación a áreas de conocimiento (5)
				Totales	Teóricos	Prácticos/ clínicos		
1		MARKETING TURÍSTICO	MARKETING TURÍSTICO	6T 6	4,5T 4,5	1,5T 1,5	Creación de productos turísticos, determinación de precios, comunicación y distribución.	COMERCIALIZACIÓN E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS
1		INTRODUCCIÓN A LA ECONOMÍA	INTRODUCCIÓN A LA ECONOMÍA	6T 6	4,5T 4,5	1,5T 1,5	Introducción al análisis económico, con especial referencia al turismo.	FUNDAMENTOS DEL ANÁLISIS ECONÓMICO ECONOMÍA APLICADA
1		OPERACIONES Y PROCESOS DE PRODUCCIÓN	OPERACIONES Y PROCESOS DE PRODUCCIÓN	6T 6	6T 6	0T 0	Operaciones y procesos de restauración, alojamiento, intermediación turística y ocio.	ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS TECNOLOGÍA DE ALIMENTOS NUTRICIÓN Y BROMATOLOGÍA ECONOMÍA APLICADA SOCIOLOGÍA
1		PRACTICUM	PRACTICUM	10T+5A 15	0T 0	10T+5A 15	Prácticas en organizaciones e instituciones de turismo.	TODAS LAS ÁREAS DE LA TITULACIÓN

ANEXO 2-B. Contenido del plan de estudios.

UNIVERSIDAD

UNIVERSITAT DE VALÈNCIA (ESTUDI GENERAL)

PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTES AL TÍTULO DE

DIPLOMADO EN TURISMO

1. MATERIAS OBLIGATORIAS DE UNIVERSIDAD (en su caso) (1)

CICLO	curso (2)	Denominación	Asignatura/s en las que la Universidad en su caso, organiza/diversifica la materia	Créditos anuales			Breve descripción del contenido	Vinculación a áreas de conocimiento (3)
				Totales	Teóricos	Prácticos/ clínicos		
1		LENGUA INGLESA PARA TURISMO II	LENGUA INGLESA PARA TURISMO II	4,5 4,5	0 0	4,5 4,5	Estudio de la lengua inglesa en el contexto del turismo: Competencia comunicativa escrita.	FILOLOGÍA INGLESA
1		LENGUA EXTRANJERA PARA TURISMO II	LENGUA FRANCESA PARA TURISMO II LENGUA ITALIANA PARA TURISMO II LENGUA ALEMANA PARA TURISMO II	4,5 4,5 4,5	0 0 0	4,5 4,5 4,5	Estudio de la lengua extranjera en el contexto del turismo: Competencia comunicativa escrita. El estudiante deberá cursar una lengua en función de la lengua moderna que hubiera elegido en la materia troncal.	FILOLOGÍA ALEMANA FILOLOGÍA ITALIANA FILOLOGÍA FRANCESA

1. MATERIAS OBLIGATORIAS DE UNIVERSIDAD (en su caso) (1)

CICLO	curso (2)	Denominación	Asignatura/s en las que la Universidad en su caso, organiza/diversifica la materia	Créditos anuales			Breve descripción del contenido	Vinculación a áreas de conocimiento (3)
				Totales	Teóricos	Prácticos/ clínicos		
1		PSICOLOGÍA SOCIAL DEL TURISMO	PSICOLOGÍA SOCIAL DEL TURISMO	6	4,5	1,5	Teorías psicosociológicas. Procesos psicosociológicos básicos aplicado al turismo. Actitudes sociales. El comportamiento colectivo del turista. Medio ambiente y comportamiento del turista. La interacción social. El rol del turista. Necesidades y demanda de servicios.	PSICOLOGÍA SOCIAL
1		TECNOLOGÍA DE LA INFORMACIÓN EN TURISMO	TECNOLOGÍA DE LA INFORMACIÓN EN TURISMO	4,5	1,5	3	Tecnología de la información en el negocio turístico, demanda, canales de distribución y producción, sistema de reservas computerizados, sistemas globales de distribución, internet, WWW, utilización de los sistemas de información en la industria turística.	FUNDAMENTOS DEL ANÁLISIS ECONÓMICO
1		ARTE COMO RECURSO TURÍSTICO I	ARTE COMO RECURSO TURÍSTICO I	4,5	3	1,5	Análisis de las principales manifestaciones artísticas dentro del ámbito de la actual Comunidad Valenciana.	HISTORIA DEL ARTE
1		TÉCNICAS CUANTITATIVAS	TÉCNICAS CUANTITATIVAS	4,5	3	1,5	Definición y conceptualización de las variables que determinan el sector turístico. Medidas descriptivas del fenómeno turístico, caracterizaciones y modelos de determinación de la demanda turística, determinación y cuantificación de la oferta turística. Definiciones y tratamiento de las estadísticas básicas: Por frontera, de movimientos turísticos, etc.	FUNDAMENTOS DEL ANÁLISIS ECONÓMICO
1		MEDIO AMBIENTE Y DESARROLLO TURÍSTICO	MEDIO AMBIENTE Y DESARROLLO TURÍSTICO	4,5	3	1,5	Análisis de los impactos paisajísticos y ambientales del turismo. El paisaje como un producto de la naturaleza y de la cultura. Métodos y técnicas de interpretación del paisaje.	ANÁLISIS GEOGRÁFICO REGIONAL GEOGRAFÍA HUMANA
1		POLÍTICA TURÍSTICA I	POLÍTICA TURÍSTICA I	4,5	3	1,5	Elaboración de la política turística. Objetivos, instrumentos y agentes. Implementación y evaluación.	ECONOMÍA APLICADA

(1) Libremente incluidas por la Universidad en el plan de estudios como obligatorias para el alumno.

(2) La especificación por cursos es opcional para la Universidad.

(3) Libremente decidida por la Universidad.

PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTES AL TITULO DE
DIPLOMADO EN TURISMO

1. MATERIAS OPTATIVAS (en su caso)						Créditos totales para optativas (1): 130.5 - por ciclo: 1º: 130.5	
CICLO	curso (2)	DENOMINACIÓN	Créditos anuales			Breve descripción del contenido	Vinculación a áreas de conocimiento (3)
			Totales	Teóricos	Prácticos/ clínicos		
I		LENGUA EXTRANJERA PARA TURISMO III	4,5	0	4,5	Estudio de la lengua extranjera en el contexto del turismo: Profundización en las competencias comunicativas adquiridas. El estudiante podrá cursar, como créditos de materias optativas, una única lengua.	FILOLOGÍA INGLESA FILOLOGÍA ALEMANA FILOLOGÍA ITALIANA FILOLOGÍA FRANCESA
		LENGUA INGLESA PARA TURISMO III	4,5	0	4,5		
		LENGUA ALEMANA PARA TURISMO III	4,5	0	4,5		
		LENGUA ITALIANA PARA TURISMO III	4,5	0	4,5		
		LENGUA FRANCESA PARA TURISMO III	4,5	0	4,5		
I		TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	4,5	3	1,5	Concepto y naturaleza de la investigación del mercado turístico. La investigación cualitativa y sus técnicas. La investigación cuantitativa y sus técnicas. Escalas y técnicas de medidas. El trabajo de campo. Técnicas de análisis de datos y emisión del informe. La segmentación del mercado turístico.	ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS
		TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	4,5	3	1,5		
I		GESTIÓN FINANCIERA	4,5	3	1,5	El mercado de capitales y la financiación externa de la empresa turística. El coste de los recursos financieros. Criterios de selección y valoración de proyectos de inversión. Riesgo económico y financiero.- La estructura financiera óptima y la política de dividendos. La liquidez y la planificación de la empresa turística.	ECONOMÍA FINANCIERA Y CONTABILIDAD
		GESTIÓN FINANCIERA	4,5	3	1,5		
I		FINANCIACIÓN INTERNACIONAL DE LA EMPRESA TURÍSTICA	4,5	3	1,5	El Sistema financiero internacional. El mercado de divisas al contado y a plazos. - Determinación de los tipos de cambio. El euromercado: mercado de eurocréditos y eurobonos técnicas de cobertura del riesgo de cambio internas y externas a la empresa.	ECONOMÍA FINANCIERA Y CONTABILIDAD
		FINANCIACIÓN INTERNACIONAL DE LA EMPRESA TURÍSTICA	4,5	3	1,5		
I		MERCADO LABORAL EN TURISMO	4,5	3	1,5	La economía laboral en el sector turístico, la oferta y demanda de trabajo, calidad y cualificaciones. Estacionalidad y sistemas de remuneración. Estructura salarial, determinación del empleo.	FUNDAMENTOS DEL ANÁLISIS ECONÓMICO ECONOMÍA APLICADA
		MERCADO LABORAL EN TURISMO	4,5	3	1,5		

1. MATERIAS OPTATIVAS (en su caso)					Créditos totales para optativas (1): 130.5 - por ciclo: 1º: 130.5		
CICLO	curso (2)	DENOMINACIÓN	Créditos anuales			Breve descripción del contenido	Vinculación a áreas de conocimiento (3)
			Totales	Teóricos	Prácticos/ clínicos		
1		PSICOLOGÍA DE LOS GRUPOS Y ORGANIZACIONES TURÍSTICAS	4,5	3	1,5	Los grupos de trabajo conducta organizacional. Aspectos psicosociales de las organizaciones turísticas. Estructura organizacional y poder, autoridad. Clima organizacional entorno y aspectos psicosociales determinantes intercambio social y contrato psicológico.	PSICOLOGÍA SOCIAL
		PSICOLOGÍA DE LOS GRUPOS Y ORGANIZACIONES TURÍSTICAS	4,5	3	1,5		
1		HABILIDADES INTERPERSONALES Y RELACIONES HUMANAS	4,5	3	1,5	Habilidades de comunicación interpersonal dirección de reuniones. Procesos de relación interpreters. en turismo. Gestión de conflictos. Habilidades de negociación social.	PSICOLOGÍA SOCIAL
		HABILIDADES INTERPERSONALES Y RELACIONES HUMANAS	4,5	3	1,5		
1		ARTE COMO RECURSO TURÍSTICO II	4,5	3	1,5	Análisis de las principales manifestaciones artísticas dentro de la cultura europea y su relación con la española.	HISTORIA DEL ARTE
		ARTE COMO RECURSO TURÍSTICO II	4,5	3	1,5		
1		TURISMO Y DESARROLLO SOSTENIBLE	4,5	3	1,5	Turismo y desarrollo regional y local. Concepto y principios del desarrollo sostenible. Modelos objetivos, planificación y estrategias de desarrollo turístico sostenible.	ECONOMÍA APLICADA
		TURISMO Y DESARROLLO SOSTENIBLE	4,5	3	1,5		
1		ECONOMÍA DEL TURISMO	4,5	3	1,5	Valoración de la estructura económica del turismo. Crecimiento del sector turístico y economías nacionales. Creación de empleos e ingresos. Balanza de pagos del turismo. Empresas multinacionales. Papel del Gobierno. Impacto y peso del turismo dentro de la economía. Análisis sectorizado de la actividad mediante modelos Input-Output.	FUNDAMENTOS DEL ANÁLISIS ECONÓMICO ECONOMÍA APLICADA
		ECONOMÍA DEL TURISMO	4,5	3	1,5		
1		ANÁLISIS DE LA COYUNTURA TURÍSTICA	4,5	3	1,5	Indicadores económicos del turismo español. Organización y tratamiento de las bases de datos. Análisis de tendencia, estacionalidad y ciclos en la actividad turística. Análisis de series temporales y de datos cross-section que permitan las comparaciones a nivel nacional, internacional e interprofesional. Predicciones objetivas y subjetivas de la actividad turística. Informes de coyuntura turística.	FUNDAMENTOS DEL ANÁLISIS ECONÓMICO
		ANÁLISIS DE LA COYUNTURA TURÍSTICA	4,5	3	1,5		
1		POLÍTICA TURÍSTICA II	4,5	3	1,5	Estrategias actuales de política turística. El caso español problemáticas y análisis de casos nuevos productos y oferta complementaria.	ECONOMÍA APLICADA
		POLÍTICA TURÍSTICA II	4,5	3	1,5		
1		SOCIOLOGÍA Y ANTROPOLOGÍA DEL TURISMO	4,5	4,5	0	Turismo como fenómeno sociológico, turismo y ocio. Negocio y relaciones laborales. Las culturas del turismo. Impactos culturales del turismo.	ANTROPOLOGÍA SOCIAL SOCIOLOGÍA
		SOCIOLOGÍA Y ANTROPOLOGÍA DEL TURISMO	4,5	4,5	0		

1. MATERIAS OPTATIVAS (en su caso)						Créditos totales para optativas (1): 130.5 - por ciclo: 1º: 130.5	
CICLO	curso (2)	DENOMINACIÓN	Créditos anuales			Breve descripción del contenido	Vinculación a áreas de conocimiento (3)
			Totales	Teóricos	Prácticos/ clínicos		
1		TRATAMIENTO AUTOMÁTICO DE LA INFORMACIÓN CONTABLE	4,5	0	4,5	Introducir al alumno en el desarrollo de una aplicación informática en contabilidad.	ECONOMÍA FINANCIERA Y CONTABILIDAD
		TRATAMIENTO AUTOMÁTICO DE LA INFORMACIÓN CONTABLE	4,5	0	4,5		
1		GEOGRAFÍA DE LAS REGIONES TURÍSTICAS MEDITERRÁNEAS	4,5	3	1,5	Análisis geográfico regional del ámbito mediterráneo. Estudio de la organización territorial turística del Mediterráneo.	ANÁLISIS GEOGRÁFICO REGIONAL GEOGRAFÍA HUMANA
		GEOGRAFÍA DE LAS REGIONES TURÍSTICAS MEDITERRÁNEAS	4,5	3	1,5		
1		INFORMÁTICA APLICADA A BASES DE DATOS TURÍSTICOS	4,5	3	1,5	Manejo de bases de datos de turismo, minister, coyuntura, OMT, relaciones entre variables y análisis de causalidad.	FUNDAMENTOS DEL ANÁLISIS ECONÓMICO
		INFORMÁTICA APLICADA A BASES DE DATOS TURÍSTICOS	4,5	3	1,5		
1		DERECHO DE LA CONTRATACIÓN	4,5	4,5	0	Breve introducción al Derecho de Obligaciones y análisis de los contratos que integrarían la actividad del sector en consideración a la oferta al público (Contratos de arrendamiento, multipropiedad, transportes..).	DERECHO CIVIL
		DERECHO DE LA CONTRATACIÓN	4,5	4,5	0		
1		ORGANIZACIÓN Y SISTEMAS DE VENTAS DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS TURÍSTICOS	4,5	3	1,5	El plan de ventas en una empresa turística. La ejecución del programa de ventas. La organización en un Departamento de venta. Selección y formación del equipo de ventas. Motivación y sistemas de remuneración de los vendedores. Evaluación control del equipo de ventas. Marketing directo integrado y su aplicación en la empresa turística. La publicidad y la venta por correo. La utilización del telemarketing para la venta turística. Internet, La Web y otros medios electrónicos como elementos de venta y promoción de servicios turísticos.	ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS
		ORGANIZACIÓN Y SISTEMAS DE VENTAS DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS TURÍSTICOS	4,5	3	1,5		
1		CONTABILIDAD DE ESTADOS FINANCIEROS	4,5	3	1,5	Analizar mediante el análisis de los ratios la situación de la empresa, interpretar las cuentas anuales y posibilitar su diagnóstico.	ECONOMÍA FINANCIERA Y CONTABILIDAD
		CONTABILIDAD DE ESTADOS FINANCIEROS	4,5	3	1,5		
1		CONTABILIDAD DE GESTIÓN EN EMPRESAS TURÍSTICAS	4,5	3	1,5	Introducir al alumno en la contabilidad de costes y gestión, desde el cálculo y control de costes, hasta la gestión de los mismos y auditoría interna en el sector servicios.	ECONOMÍA FINANCIERA Y CONTABILIDAD
		CONTABILIDAD DE GESTIÓN EN EMPRESAS TURÍSTICAS	4,5	3	1,5		
1		DIRECCIÓN ESTRATÉGICA DE LAS EMPRESAS TURÍSTICAS	4,5	3	1,5	Diseño de la estrategia de la empresa. Estudio de las estrategias competitivas genéricas y de los métodos de análisis competitivo; aplicación al sector turístico a partir de casos prácticos y lecturas.	ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS
		DIRECCIÓN ESTRATÉGICA DE LAS EMPRESAS TURÍSTICAS	4,5	3	1,5		

1. MATERIAS OPTATIVAS (en su caso)						Créditos totales para optativas (1): 130.5 - por ciclo: 1º: 130.5	
CICLO	curso (2)	DENOMINACIÓN	Créditos anuales			Breve descripción del contenido	Vinculación a áreas de conocimiento (3)
			Totales	Teóricos	Prácticos/ clínicos		
1		GESTIÓN DE LA CALIDAD EN EL SECTOR TURÍSTICO	4,5	3	1,5	La calidad como ventaja competitiva. Dirección estratégica de la calidad. La autoevaluación para la calidad. Premios a la calidad. Los recursos humanos y la calidad. La participación y el trabajo en equipo. La formación. Estudio de casos y experiencias en el sector turístico.	ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS
		GESTIÓN DE LA CALIDAD EN EL SECTOR TURÍSTICO	4,5	3	1,5		
1		CREACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS	4,5	1,5	3	La problemática del emprendedor. Procedimiento para elaborar un plan de viabilidad. Analizando todas las actividades necesarias. Elaboración de un proyecto real de creación de una empresa.	ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS
		CREACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS	4,5	1,5	3		
1		RAZONAMIENTO ESTRATÉGICO Y JUEGOS PARA EMPRESARIOS TURÍSTICOS	4,5	3	1,5	Equilibrios del juego, estrategias combinadas. Juegos dinámicos con información perfecta. Juegos estáticos con información incompleta. Juegos dinámicos con información incompleta. Simulaciones empresariales.	FUNDAMENTOS DEL ANÁLISIS ECONÓMICO
		RAZONAMIENTO ESTRATÉGICO Y JUEGOS PARA EMPRESARIOS TURÍSTICOS	4,5	3	1,5		
1		MARKETING DE HOTELES Y RESTAURANTES	4,5	3	1,5	La estrategia de marketing en la apertura de un nuevo establecimiento hotelero. Las estrategias de marketing de un hotel/restaurante establecido. Segmentación del mercado y posicionamiento del establecimiento. El análisis del producto. El análisis y determinación del precio. La promoción del establecimiento hotelero. La campaña de publicidad y otras formas para atraer clientes a un hotel.	ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS
		MARKETING DE HOTELES Y RESTAURANTES	4,5	3	1,5		
1		DERECHO DE LA EMPRESA TURÍSTICA Y CONTRATACIÓN EMPRESARIAL	4,5	4,5	0	Análisis del derecho de sociedades en consideración a la actividad empresarial, e instrumentos de actuación (contratos de colaboración, etc), así como de las leyes que regulan el desarrollo de la misma (Ley de Competencia, Ley de Publicidad,...).	DERECHO MERCANTIL
		DERECHO DE LA EMPRESA TURÍSTICA Y CONTRATACIÓN EMPRESARIAL	4,5	4,5	0		
1		TRIBUTACIÓN DEL SECTOR TURISMO	4,5	4,5	0	Análisis de la imposición sobre la renta obtenida por el empresario turístico individual (IRPF), así como de la imposición sobre la renta obtenida por el empresario turístico colectivo (Impuesto sobre sociedades)	DERECHO FINANCIERO Y TRIBUTARIO
		TRIBUTACIÓN DEL SECTOR TURISMO	4,5	4,5	0		

1. MATERIAS OPTATIVAS (en su caso)						Créditos totales para optativas (1): 130.5 - por ciclo: 1º: 130.5	
CICLO	curso (2)	DENOMINACIÓN	Créditos anuales			Breve descripción del contenido	Vinculación a áreas de conocimiento (3)
			Totales	Teóricos	Prácticos/ clínicos		
1		GESTIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA BÁSICA	4,5	3	1,5	Particularidades de la industria de alojamiento. La oferta de alojamiento. Tipología de productos de alojamiento. Tendencias de la industria hotelera. Importancia de las nuevas tecnologías. Las cadenas hoteleras. Estructuración y organización organigrama de los hoteles. Calidad de servicio. Legislación en establecimientos de alojamiento turístico. La franquicia en el sector hotelero.	ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS
		GESTIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA BÁSICA	4,5	3	1,5		
1		GESTIÓN DE LAS AGENCIAS DE VIAJE	4,5	3	1,5	Situación del sector de agencias de viajes, como afrontar el futuro. Concepto de agencias de viajes: funciones. Tipos de agencias de viajes. Distribución en la agencia de viajes. Importancia e incidencia de las nuevas tecnologías en la agencia de viajes. Legislación sobre agencias de viajes.	ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS
		GESTIÓN DE LAS AGENCIAS DE VIAJE	4,5	3	1,5		

- (1) Se expresará el total de créditos asignados para optativas y, en su caso, el total de los mismos por ciclo o curso.
 (2) La especificación por cursos es opcional para la Universidad.
 (3) Libremente decidida por la Universidad.

UNIVERSIDAD :

I. ESTRUCTURA GENERAL DEL PLAN DE ESTUDIOS

1. PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTE A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO OFICIAL DE

(1)

2. ENSEÑANZAS DE CICLO (2)

3. CENTRO UNIVERSITARIO RESPONSABLE DE LA ORGANIZACIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS

(3)

4. CARGA LECTIVA GLOBAL CRÉDITOS (4)

Distribución de los créditos

CICLO	CURSO	MATERIAS TRONCALES	MATERIAS OBLIGATORIAS	MATERIAS OPTATIVAS	CRÉDITOS LIBRE CONFIGURACION (5)	TRABAJO FIN DE CARRERA	TOTALES
1 CICLO							
		82T+6*5A	37,5	36	18		180

- (1) Se indicará lo que corresponda.
- (2) Se indicará lo que corresponda según el art. 4º del R.D. 1497/87 (de 1º ciclo; de 1º y 2º ciclo; de sólo 2º ciclo) y las previsiones del R.D. de directrices generales propias del título de que se trate.
- (3) Se indicará el Centro Universitario, con expresión de la norma de creación del mismo o de la decisión de la Administración correspondiente por la que se autoriza la impartición de las enseñanzas por dicho Centro.
- (4) Dentro de los límites establecidos por el R.D. de directrices generales propias de los planes de estudios del título de que se trate.
- (5) Al menos el 10 % de la carga lectiva "global".

5. SE EXIGE TRABAJO O PROYECTO FIN DE CARRERA, O EXÁMEN O PRUEBA GENERAL NECESARIA PARA OBTENER EL TÍTULO (6).

6. SE OTORGAN, POR EQUIVALENCIA, CRÉDITOS A:

(7) PRÁCTICAS EN EMPRESAS, INSTITUCIONES PÚBLICAS O PRIVADAS, ETC.

TRABAJOS ACADÉMICAMENTE DIRIGIDOS E INTEGRADOS EN EL PLAN DE ESTUDIOS.

ESTUDIOS REALIZADOS EN EL MARCO DE CONVENIOS INTERNACIONALES SUSCRITOS POR LA UNIVERSIDAD

OTRAS ACTIVIDADES.

- EXPRESIÓN, EN SU CASO, DE LOS CRÉDITOS OTORGADOS: ...15...CRÉDITOS.
- EXPRESIÓN DEL REFERENTE DE LA EQUIVALENCIA (8) 15 crédito = 240 horas, en la materia troncal "Prácticum".

7. AÑOS ACADÉMICOS EN QUE SE ESTRUCTURA EL PLAN, POR CICLOS: (9)

- 1º CICLO AÑOS.

8. DISTRIBUCIÓN DE LA CARGA LECTIVA GLOBAL POR AÑO ACADÉMICO.

AÑO ACADÉMICO	TOTAL	TEÓRICOS	PRÁCTICOS/ CLÍNICOS
1	60	45	15
2	60	45	15
3	60	45	15

- (6) Sí o No. Es decisión potestativa de la Universidad. En caso afirmativo, se consignarán los créditos en el precedente cuadro de distribución de los créditos de la carga lectiva global.
- (7) Sí o No. Es decisión potestativa de la Universidad. En el primer caso se especificará la actividad a la que se otorgan créditos por equivalencia.
- (8) En su caso, se consignarán "materias troncales", "obligatorias", "optativas", "trabajo fin de carrera", etc. así como la expresión del número de horas atribuido, por equivalencia, a cada crédito, y el carácter teórico o práctico de éste.
- (9) Se expresará lo que corresponda según lo establecido en la directriz general segunda del R.D. de directrices generales propias del título de que se trate.