

IMPRESO SOLICITUD PARA MODIFICACIÓN DE TÍTULOS OFICIALES

1. DATOS DE LA UNIVERSIDAD, CENTRO Y TÍTULO QUE PRESENTA LA SOLICITUD

De conformidad con el Real Decreto 1393/2007, por el que se establece la ordenación de las Enseñanzas Universitarias Oficiales

UNIVERSIDAD SOLICITANTE		CENTRO	CÓDIGO CENTRO
Universidad Católica San Antonio		Facultad de Ciencias Jurídicas y de la Empresa	30013372
NIVEL		DENOMINACIÓN CORTA	
Máster		Innovación y Marketing Turístico / Master's Degree in Innovation and Tourism Marketing	
DENOMINACIÓN ESPECÍFICA			
Máster Universitario en Innovación y Marketing Turístico / Master's Degree in Innovation and Tourism Marketing por la Universidad Católica San Antonio			
RAMA DE CONOCIMIENTO		CONJUNTO	
Ciencias Sociales y Jurídicas		No	
HABILITA PARA EL EJERCICIO DE PROFESIONES REGULADAS		NORMA HABILITACIÓN	
No			
SOLICITANTE			
NOMBRE Y APELLIDOS		CARGO	
GINESA MARTINEZ DEL VAS		DIRECTORA	
Tipo Documento		Número Documento	
NIF		[REDACTED]	
REPRESENTANTE LEGAL			
NOMBRE Y APELLIDOS		CARGO	
JOSÉ LUIS MENDOZA PÉREZ		PRESIDENTE	
Tipo Documento		Número Documento	
NIF		[REDACTED]	
RESPONSABLE DEL TÍTULO			
NOMBRE Y APELLIDOS		CARGO	
GINESA MARTINEZ DEL VAS		DIRECTORA	
Tipo Documento		Número Documento	
NIF		[REDACTED]	
2. DIRECCIÓN A EFECTOS DE NOTIFICACIÓN			
A los efectos de la práctica de la NOTIFICACIÓN de todos los procedimientos relativos a la presente solicitud, las comunicaciones se dirigirán a la dirección que figure en el presente apartado.			
DOMICILIO	CÓDIGO POSTAL	MUNICIPIO	TELÉFONO
AVDA. LOS JERÓNIMOS, S/N	30107	Murcia	[REDACTED]
E-MAIL	PROVINCIA		FAX
[REDACTED]	Murcia		[REDACTED]

3. PROTECCIÓN DE DATOS PERSONALES

De acuerdo con lo previsto en la Ley Orgánica 5/1999 de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal, se informa que los datos solicitados en este impreso son necesarios para la tramitación de la solicitud y podrán ser objeto de tratamiento automatizado. La responsabilidad del fichero automatizado corresponde al Consejo de Universidades. Los solicitantes, como cedentes de los datos podrán ejercer ante el Consejo de Universidades los derechos de información, acceso, rectificación y cancelación a los que se refiere el Título III de la citada Ley 5-1999, sin perjuicio de lo dispuesto en otra normativa que ampare los derechos como cedentes de los datos de carácter personal.

El solicitante declara conocer los términos de la convocatoria y se compromete a cumplir los requisitos de la misma, consintiendo expresamente la notificación por medios telemáticos a los efectos de lo dispuesto en el artículo 59 de la 30/1992, de 26 de noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común, en su versión dada por la Ley 4/1999 de 13 de enero.

	En: Murcia, a ___ de _____ de ____
	Firma: Representante legal de la Universidad

1. DESCRIPCIÓN DEL TÍTULO

1.1. DATOS BÁSICOS

NIVEL	DENOMINACIÓN ESPECÍFICA	CONJUNTO	CONVENIO	CONV. ADJUNTO
Máster	Máster Universitario en Innovación y Marketing Turístico / Master's Degree in Innovation and Tourism Marketing por la Universidad Católica San Antonio	No		Ver Apartado 1: Anexo 1.
LISTADO DE ESPECIALIDADES				
No existen datos				
RAMA		ISCED 1	ISCED 2	
Ciencias Sociales y Jurídicas		Marketing y publicidad		
NO HABILITA O ESTÁ VINCULADO CON PROFESIÓN REGULADA ALGUNA				
AGENCIA EVALUADORA				
Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación				
UNIVERSIDAD SOLICITANTE				
Universidad Católica San Antonio				
LISTADO DE UNIVERSIDADES				
CÓDIGO	UNIVERSIDAD			
066	Universidad Católica San Antonio			
LISTADO DE UNIVERSIDADES EXTRANJERAS				
CÓDIGO	UNIVERSIDAD			
No existen datos				
LISTADO DE INSTITUCIONES PARTICIPANTES				
No existen datos				

1.2. DISTRIBUCIÓN DE CRÉDITOS EN EL TÍTULO

CRÉDITOS TOTALES	CRÉDITOS DE COMPLEMENTOS FORMATIVOS	CRÉDITOS EN PRÁCTICAS EXTERNAS
60		0
CRÉDITOS OPTATIVOS	CRÉDITOS OBLIGATORIOS	CRÉDITOS TRABAJO FIN GRADO/ MÁSTER
6	48	6
LISTADO DE ESPECIALIDADES		
ESPECIALIDAD	CRÉDITOS OPTATIVOS	
No existen datos		

1.3. Universidad Católica San Antonio

1.3.1. CENTROS EN LOS QUE SE IMPARTE

LISTADO DE CENTROS	
CÓDIGO	CENTRO
30013372	Facultad de Ciencias Jurídicas y de la Empresa

1.3.2. Facultad de Ciencias Jurídicas y de la Empresa

1.3.2.1. Datos asociados al centro

TIPOS DE ENSEÑANZA QUE SE IMPARTEN EN EL CENTRO		
PRESENCIAL	SEMPRESENCIAL	A DISTANCIA
Sí	No	Sí
PLAZAS DE NUEVO INGRESO OFERTADAS		
PRIMER AÑO IMPLANTACIÓN	SEGUNDO AÑO IMPLANTACIÓN	

200	200	
	TIEMPO COMPLETO	
	ECTS MATRÍCULA MÍNIMA	ECTS MATRÍCULA MÁXIMA
PRIMER AÑO	60.0	60.0
RESTO DE AÑOS	30.0	60.0
	TIEMPO PARCIAL	
	ECTS MATRÍCULA MÍNIMA	ECTS MATRÍCULA MÁXIMA
PRIMER AÑO	30.0	44.0
RESTO DE AÑOS	3.0	44.0
NORMAS DE PERMANENCIA		
http://www.ucam.edu/universidad/normativa		
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	

2. JUSTIFICACIÓN, ADECUACIÓN DE LA PROPUESTA Y PROCEDIMIENTOS

Ver Apartado 2: Anexo 1.

3. COMPETENCIAS

3.1 COMPETENCIAS BÁSICAS Y GENERALES
BÁSICAS
CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación
CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio
CB8 - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios
CB9 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades
CB10 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.
GENERALES
G3 - Adquirir habilidades mediante el proceso de enseñanza-aprendizaje que les permita seguir autoformándose en los ámbitos de la innovación y el marketing.
G4 - Adquirir y consolidar la iniciativa y el espíritu emprendedor para poner en marcha proyectos relacionados con la innovación y el marketing en el sector turístico.
G5 - Ser capaces de buscar y sistematizar información proveniente de diversas fuentes, interpretar los resultados obtenidos y elaborar informes.
G1 - Saber aplicar los conocimientos adquiridos y poseer capacidad de resolución de problemas relacionados con la innovación y el marketing dentro del sector turístico.
G2 - Ser capaces de formular reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas que tienen lugar dentro del sector turístico integrando el conocimiento y la información.
3.2 COMPETENCIAS TRANSVERSALES
No existen datos
3.3 COMPETENCIAS ESPECÍFICAS
CEM6 - Saber aplicar las diferentes técnicas avanzadas en alta dirección estratégica y operativa orientados al diseño de productos y "microproductos" turísticos (gastronómicos, patrimoniales, culturales, etc...) basados en la innovación y la competitividad.
CEM7 - Ser capaz de identificar y gestionar procesos clave y mejora continua de procesos.
CEM8 - Saber aplicar las diferentes herramientas de gestión de negocio en el sector turístico, prestando especial atención al partenariado y otros sistemas colaborativos, las TIC y la medición con indicadores.
CEM9 - Conocer las nuevas tendencias digitales en los modelos de gestión y negocio en el sector turístico y, en concreto, del geomarketing, smart cities, internet de la cosas y distribución y personalización de productos turísticos on line.
CEM10 - Conocer los conceptos de una cultura, actitudes y comportamientos orientados a la innovación y el marketing en el sector turístico.
CEM11 - Saber aplicar herramientas de búsqueda, tales como, big data y plataformas digitales para el almacenamiento y gestión de la información turística.
CEM12 - Conocer las tecnologías presentes susceptibles de ser aplicadas a los dispositivos móviles en un futuro inmediato en el marketing turístico.
CEM13 - Saber aplicar los principios de los planes de innovación nacionales e internacionales a la realidad de los diferentes entornos de trabajo en el sector turístico.
CEM14 - Ser capaz de discernir entre las diferentes tecnologías actuales aplicadas al turismo y ser capaz de elegir la más adecuada según los diferentes entornos de trabajo.
CEM15 - Tener destreza para el desarrollo de procesos tecnológicos.
CEM16 - Ser capaces de identificar perfiles turísticos y de desarrollar estrategias de posicionamiento para destinos y organizaciones turísticas.

CEM17 - Ser capaces de diseñar y definir una plataforma de comercialización turística.
CEM18 - Comprender y dominar las estrategias de marketing basadas en la innovación en el sector turístico.
CEM1 - Conocer los cambios del escenario turístico que generan el desarrollo de la gestión de la innovación y tecnología en dicho sector.
CEM2 - Conocer los paradigmas/conceptos/herramientas de la innovación para el marketing de las organizaciones turísticas.
CEM3 - Conocer los métodos de análisis de proyecto en curso sabiendo identificar sus oportunidades de éxito para su puesta en marcha.
CEM4 - Conocer la cultura de la innovación en la empresa y organización turística.
CEM5 - Saber crear el marco empresarial necesario para favorecer el desarrollo de la cultura de innovación en la empresa.
CEM19 - Conocer las estrategias de la innovación y saber aplicarlas en el diseño de productos turísticos y la gestión de marcas.
CEM20 - Conocer y aplicar la innovación en fijación de precios turísticos prestando especial atención al Yield Management.
CEM21 - Conocer las estrategias de comunicación más apropiada para el correcto desarrollo de la imagen de una empresa u organización turística.
CEM22 - Adiestrarse en la obtención de información en fuentes especializadas de innovación y marketing.
CEM23 - Integrar los conocimientos adquiridos y formular juicios a partir de una información incompleta o limitada, utilizando la terminología especializada en innovación y marketing turístico.

4. ACCESO Y ADMISIÓN DE ESTUDIANTES

4.1 SISTEMAS DE INFORMACIÓN PREVIO

Ver Apartado 4: Anexo 1.

4.2 REQUISITOS DE ACCESO Y CRITERIOS DE ADMISIÓN

El sistema de Admisión comienza con la solicitud por parte del interesado frente a Servicio de Postgrado de la Universidad Católica de Murcia (UCAM), solicitud que debe acompañar con el expediente académico que certifique el grado académico necesario para cursar los estudios de este Programa Oficial de Postgrado. Una vez acreditados los méritos académicos, se procede a la realización de una lista provisional de admitidos que, tras la realización de la matrícula, se convierten en definitivos. Si el número de solicitudes es menor al número de plazas disponibles no habrá ninguna prueba más de selección, algo que sí se activará en el caso de superar la oferta de plazas disponibles. En este caso, la selección definitiva se realizaría a partir de criterios puramente académicos directamente relacionados con la calidad del expediente del solicitante, esto es que se seleccionaran a los alumnos que posean los mejores expedientes académicos de su anterior titulación (Grado/ Licenciatura).

La Secretaría de Postgrado proporciona información sobre las características del Máster Universitario, así como las vías y requisitos de acceso, reguladas en el R.D. 861/2.010, de 2 de julio, por el que se modifica el R.D. 1.393/2.007, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales en lo referente al acceso a las enseñanzas oficiales de postgrado. En esta ordenación requiere estar en posesión de un título universitario oficial español o cualquier otro.

Además de estos requisitos de acceso exigidos en la legislación vigente, en el caso de que la demanda de plazas supere la oferta, la UCAM, podrá realizar entrevistas personales a los aspirantes con la idea de ser uno de los criterios básicos de admisión, junto al expediente académico y profesional del interesado, a la hora de hacer el proceso de selección y así ajustar el perfil del demandante al perfil ofertado por los diferentes títulos de postgrado. Los criterios de acceso al título son, en primer lugar, los definidos por la ley, esto es, la posesión de un título oficial español u otro expedido en una institución de educación superior del Espacio Europeo de Educación Superior que facultan en el país expedidor del título para el acceso a enseñanzas de Máster.

Del mismo modo, también se creará una comisión de admisión gestionada por el órgano directivo del Máster, que asegure la correcta supervisión y evaluación de cada una de las solicitudes realizadas para el ingreso en el título.

A los estudiantes que accedan al grupo en inglés se les exigirá, además de todo lo anterior, unos requisitos formativos previos en lengua inglesa correspondientes al nivel B2 del Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas.

4.2.2. Requisitos de admisión en el Máster

Además de estos requisitos de acceso exigidos en la legislación vigente, en el caso de que la demanda de plazas supere la oferta, la Comisión Especial Acceso al Máster en Innovación y Marketing Turístico / Master's Degree in Innovation and Tourism Marketing velará por la confección de una lista provisional de admitidos conforme a un baremo de ponderación conformado por los siguientes criterios: sobre una nota de cien puntos, se concederá una máximo de veinte puntos a todos aquellos alumnos cuyas carreras pertenezcan al área de estudios de ciencias sociales; diez puntos máximos para todos aquellos alumnos cuya carrera pertenezca al área de Ciencias Sociales y Jurídicas; y 70 puntos máximo por el expediente académico. De esta forma, los 100 puntos concedidos se reparten en tres ámbitos de 20 puntos (área de estudios de Ciencias Sociales), 10 puntos (área de estudios de las Ciencias Sociales y Jurídicas) y 70 puntos (expediente académico) respectivamente. Tendrán prioridad todos aquellos alumnos que hayan cursado enseñanzas propias de las ciencias sociales y, en particular, de las Ciencias Sociales y Jurídicas (Grado en Turismo y Grado en Administración y Dirección de Empresas).

4.3 APOYO A ESTUDIANTES

Consiste en la prestación de apoyo, por parte de los profesores, en el proceso de elección de las materias a cursar. El alumno podrá ponerse en contacto con el Equipo Directivo de la Titulación mediante los correos electrónicos (turismo@ucam.edu) y telefónicamente, ofreciendo al estudiante toda la información académica necesaria para llevar a cabo con éxito su matriculación. También se facilitan los procedimientos de matriculación mediante la web de la UCAM, en este caso será el servicio de admisiones y matrícula el que dará dicho apoyo, a todos los estudiantes de la UCAM, tanto de primer curso, como de cursos superiores.

Al inicio del curso académico los matriculados en el Máster Universitario tendrán una Sesión de Acogida. Esta sesión estará dirigida por el director/a de la titulación, y su objetivo será proporcionar a todos los estudiantes la información necesaria para un mejor aprovechamiento de su actividad académica.

Para ello, se programará una sesión de acogida anual en el mes de septiembre, que se presentará en formato digitalizado en el Campus Virtual.

En cuanto a la Orientación Académica del estudiante, éste contará con tutorías de apoyo de forma periódica y colectiva para todos los alumnos que lo deseen, atendiendo a la planificación de la materia. Serán sesiones de 70 minutos donde se realizará una introducción de los contenidos que se van a exponer. A partir de los cuales se establecerán debates para asentar los conocimientos y poder desarrollar la formación práctica si así se requiere. Con este objetivo se utilizarán distintos medios: pizarra, transparencias, ordenadores con acceso a Internet y otros medios audiovisuales. Con esta metodología pretendemos que el alumno se sienta más involucrado en su proceso de aprendizaje y adquiera fortalecimiento para finalizar sus estudios.

Del mismo modo se celebrarán reuniones presenciales o virtuales del Equipo Directivo con los representantes de estudiantes (delegados y subdelegados), con el objetivo de informar sobre los asuntos y decisiones del Equipo Directivo que sean de su interés.

Toda la información ofrecida a los estudiantes en todas las actividades anteriores, que forman parte del plan de acogida de la titulación, estará disponible en todo momento a través de diferentes medios de forma simultánea: Web del Máster en el entorno común del Campus Virtual, Guía Docente del Máster Digitalizada, Guía del Alumno del Campus Virtual, además del resto de información general digitalizada de la Universidad.

Desde la dirección de este Máster Universitario se conformará una comisión compuesta por el Director y los coordinadores de cada uno de los módulos para apoyar y orientar a los estudiantes por medio de tutorías virtuales cuyos horarios se fijarán a principio de curso.

Se medirá el grado de satisfacción de los alumnos y el de consecución de los objetivos fijados, mediante encuestas que se pasarán tras la finalización de los estudios, sirviendo así como herramientas de mejora para futuras ediciones.

4.3.1. Sesión de acogida para el estudiante presencial

La sesión de acogida para los alumnos presenciales se desarrollará previa al comienzo del Máster y será dirigida por el Director de la Titulación, y su objetivo es proporcionar a todos los estudiantes la información, general y específica, necesaria para el normal desarrollo del curso que van a realizar y para un mejor aprovechamiento de su actividad académica.

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

El plan de acogida de los estudiantes matriculados en su modalidad presencial pretende facilitar que los estudiantes puedan abordar con éxito la superación de las diferentes materias que configuran el plan de estudios, sin que los niveles de exigencia y calidad se vean perjudicados, buscando una mejor integración de los estudiantes y el seguimiento adecuado del proceso de enseñanza-aprendizaje en la Universidad. Este plan constará de:

1. Sesiones de Acogida para estudiantes:

La Sesión será dirigida por el Director de la Titulación, y su objetivo es proporcionar a todos los estudiantes la información específica necesaria para un mejor aprovechamiento de su actividad académica. Para ello se programa una sesión de acogida anual presencial donde se convocarán a los estudiantes del Máster para la realización de la sesión de acogida.

a) Orientación académica.

El estudiante contará con **tutorías de apoyo presenciales** de forma periódica y colectiva para todos los alumnos que lo deseen, atendiendo a la planificación de la materia. Serán sesiones donde se realizará una introducción de los contenidos que se van a exponer. A partir de los cuales se establecerán debates para asentar los conocimientos. Con esta metodología pretendemos que el alumno se sienta más involucrado en su proceso de aprendizaje y adquiera fortalecimiento para finalizar sus estudios.

b) Orientación sobre el funcionamiento y organización del Máster.

2. Comunicación con los delegados del Máster:

Cada cuatrimestre se celebrará reuniones con el Equipo Directivo del Máster con el representante de estudiantes de la titulación, con el objetivo de informarle de los asuntos y decisiones del Equipo Directivo que sean de su interés y recoger sus sugerencias.

3. Disponibilidad de la información:

Toda la información ofrecida a los estudiantes en todas las actividades anteriores, que forman parte del plan de acogida está disponible en todo momento a través de diferentes medios de forma simultánea: Web, en el entorno común del campus virtual, Guía Docente de la titulación Digitalizada, Guía académica (E-learning), información de la Universidad Digitalizada, etc.

4.3.2. Sesiones de acogida para estudiantes a distancia

La Sesión de acogida se desarrollará de forma virtual, quedando a disposición del estudiante en el Campus Virtual. El Equipo Directivo de la titulación grabará un video explicativo (¿POLIMEDIA¿) que se publicará en el campus virtual titulado: ¿Acogida al Estudiante¿. Dicha sesión será dirigida por el Director de la Titulación, y su objetivo es proporcionar a todos los estudiantes la información, general y específica, necesaria para el normal desarrollo del curso que van a realizar y para un mejor aprovechamiento de su actividad académica.

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

El plan de acogida de los estudiantes matriculados en su modalidad a distancia pretende facilitar que los estudiantes puedan abordar con éxito la superación de las diferentes materias que configuran el plan de estudios, sin que los niveles de exigencia y calidad se vean perjudicados, buscando una mejor integración de los estudiantes y el seguimiento adecuado del proceso de enseñanza-aprendizaje a distancia en la Universidad. Este plan constará de:

1. Sesiones de Acogida para estudiantes:

La Sesión será dirigida por el Director de la Titulación, y su objetivo es proporcionar a todos los estudiantes la información específica necesaria para un mejor aprovechamiento de su actividad académica.

Para ello se programa una sesión de acogida anual, que se presentará en formato digitalizado en el Campus Virtual (grabación de POLIMEDIA).

a) Orientación académica.

El estudiante contará con **tutorías de apoyo** de forma periódica y colectiva para todos los alumnos que lo deseen, atendiendo a la planificación de la materia. Serán sesiones donde se realizará una introducción de los contenidos que se van exponer. A partir de los cuales se establecerán debates para asentar los conocimientos. Con esta metodología pretendemos que el alumno se sienta más involucrado en su proceso de aprendizaje y adquiera fortalecimiento para finalizar sus estudios.

b) Orientación sobre el funcionamiento y organización del Máster.

2. Comunicación con los delegados del Máster a distancia:

Cada cuatrimestre se celebrará reuniones virtuales del Equipo Directivo del Máster con el representante de estudiantes de la titulación, con el objetivo de informarle de los asuntos y decisiones del Equipo Directivo que sean de su interés y recoger sus sugerencias. El delegado podrá comunicarse a través de correo electrónico o del campus virtual con el equipo directivo del título y con los docentes.

3. Disponibilidad de la información:

Toda la información ofrecida a los estudiantes en todas las actividades anteriores, que forman parte del plan de acogida está disponible en todo momento a través de diferentes medios de forma simultánea: Web, en el entorno común del campus virtual, Guía Docente de la titulación Digitalizada, Guía académica (E-learning), información de la Universidad Digitalizada, etc.

4.4 SISTEMA DE TRANSFERENCIA Y RECONOCIMIENTO DE CRÉDITOS

Reconocimiento de Créditos Cursados en Enseñanzas Superiores Oficiales no Universitarias

MÍNIMO	MÁXIMO
0	0

Reconocimiento de Créditos Cursados en Títulos Propios

MÍNIMO	MÁXIMO
0	0

Adjuntar Título Propio

Ver Apartado 4: Anexo 2.

Reconocimiento de Créditos Cursados por Acreditación de Experiencia Laboral y Profesional

MÍNIMO	MÁXIMO
0	9

La UCAM ha creado la Comisión de Transferencia y Reconocimiento de Créditos, integrada por responsables de la Jefatura de Estudios, Vicerrectorado de Alumnado, Vicerrectorado de Ordenación Académica, Vicerrectorado de Relaciones Internacionales, Secretaría General y Dirección del Título, y ha elaborado la normativa al efecto. Normativa sobre Reconocimiento y Transferencia de Créditos en las Enseñanzas de Grado y Postgrado en la Universidad Católica San Antonio de Murcia publicada en la página web de la UCAM (<http://www.ucam.edu/servicios/ordenacion-academica/reconocimiento-y-transferencia-de-creditos/comisiones-de-reconocimiento-y-transferencia-de-creditos>), según se establece en el Art. 6 del R.D. 1.393/2.007, de 29 de octubre (y luego el R.D. 861/2010). Además de lo establecido en dicho artículo, se establecerán las siguientes reglas básicas, recogidas en el artículo 13 del referido R.D.:

a) Siempre que el título al que se pretende acceder pertenezca a la misma rama de conocimiento, serán objeto de reconocimiento los créditos correspondientes a materias de formación básica de dicha rama.

b) Serán también objeto de reconocimiento los créditos obtenidos en aquellas otras materias de formación básica pertenecientes a la rama de conocimiento del título al que se pretende acceder.

c) El resto de los créditos podrán ser reconocidos por la Universidad teniendo en cuenta la adecuación entre las competencias y conocimientos asociados a las restantes materias cursadas por el estudiante y los previstos en el plan de estudios o bien que tengan carácter transversal.

Miembros de esta Comisión han participado, el 6 de noviembre de 2008, en el Taller sobre Reconocimiento y Transferencia de Créditos, organizado por el Ministerio de Ciencia e Innovación y celebrado en la Universidad de Alicante, al objeto de contrastar experiencias con otras universidades sobre dicha normativa.

La Universidad Católica San Antonio de Murcia no ha determinado modificación alguna respecto a la normativa que se aplica en la modalidad de enseñanza presencial actualmente implantada, con informe positivo de ANECA, y que por lo tanto será también de aplicación a la modalidad a distancia.

Se establece un **máximo de 9 créditos** como reconocimiento de créditos cursados por acreditación de experiencia laboral y profesional

Normativa sobre Reconocimiento y Transferencia de Créditos en las enseñanzas de Grado y Máster

1.PRESENTACIÓN

El Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales y el Real Decreto 861/2010, de 2 de julio, que modifica al anterior; recoge en su artículo 6, que para hacer efectiva la movilidad de estudiantes, tanto dentro como fuera del territorio nacional, las universidades elaborarán y harán pública su normativa sobre el sistema de reconocimiento y transferencia de créditos. El citado artículo establece unas definiciones para el reconocimiento y para la transferencia que modifican sustancialmente los conceptos de convalidación, adaptación, etc. que hasta ahora se venían empleando. A su vez, la permanencia y progresiva extinción de los planes de estudios anteriores a la entrada en vigor del Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, crea situaciones que son necesarias regular y por ello resulta imprescindible establecer un sistema de reconocimiento y transferencia de créditos, en el que los créditos cursados por un estudiante en una universidad puedan ser reconocidos e incorporados a su expediente académico y reflejados en el Suplemento Europeo al Título, regulado en el R.D. 1044/2003, de 1 de agosto.

Uno de los objetivos de la Universidad Católica San Antonio es fomentar la movilidad de sus estudiantes para potenciar su desarrollo académico y personal, por ello, además de lo señalado en el artículo 6 del Real Decreto 861/2010, de 2 de julio, por el que se modifica el R.D. 1393/2007, de 29 de octubre y concretamente, respetando las reglas básicas establecidas en el artículo 13 del R.D. 1393/2007, y la modificación en la redacción de este artículo en el R.D. 861/2010, de 2 de julio, sobre enseñanzas de Grado y Master, la UCAM ha desarrollado la siguiente normativa sobre reconocimiento y transferencia de créditos de aplicación a sus estudiantes.

1.ÁMBITO DE APLICACIÓN

El ámbito de aplicación de la presente normativa son las enseñanzas universitarias oficiales de Grado y Master, según señalan las disposiciones establecidas en los artículos 6 y 13 del Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, y su modificación en el R.D. 861/2010, de 2 de julio, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales.

2.COMISIONES DE RECONOCIMIENTO Y TRANSFERENCIA DE CRÉDITOS

(CRC Y CRT)

2.1. Composición de la Comisión de Reconocimiento y Transferencia de Créditos de la Universidad (CRC) y sus competencias

Composición:

1. Vicerrector (que actuará como presidente).
2. Jefe de Estudios.
3. Jefe de Secretaría Central, que actuará como Secretario de la Comisión.
4. Director de Calidad.
5. Un miembro de la Comisión de Planificación y Acreditación (CPA) designado por el Consejo de Gobierno de la UCAM, siempre que la situación lo requiera.

Competencias:

- Resolver, en su caso, las propuestas de resolución emitidas por las distintas comisiones de las titulaciones (CRT), sobre las solicitudes de reconocimiento/transferencia de créditos realizadas por los estudiantes.
- Velar por el cumplimiento del proceso de reconocimiento y transferencia de créditos, así como resolver, en su caso, las alegaciones que pudiera realizar el estudiante mediante instancia dirigidas al Presidente de la Comisión (CRC).

2.2. Composición de la Comisión y Reconocimiento y Transferencia de Créditos del Título (CRT) y sus competencias

Composición:

1. Decano, Vicedecano/Director.
2. El Secretario de la titulación.
3. Tutor de movilidad.
4. Un profesor coordinador de materias de curso.
5. Profesor miembro de la comisión de Prácticas externas.

La CRT elaborará y mantendrá actualizadas las tablas de reconocimiento automáticas, que serán validadas por la CRC. Dichas tablas deberán ser publicitadas, una vez validadas por la CRC, por la Secretaría del Título.

La CRT, será la encargada, a la vista de la documentación aportada por el estudiante, de elevar la propuesta de resolución de Reconocimiento y Transferencia de créditos a la CRC.

1. DEFINICIONES

a) Reconocimiento de créditos

El reconocimiento de créditos ECTS implica la aceptación por la Universidad Católica San Antonio de los créditos que, habiendo sido obtenidos en unas enseñanzas superiores oficiales o no oficiales (títulos propios universitarios), así como por la experiencia laboral o profesional relacionada con el título al que se accede, son computados a efectos de la obtención de un título oficial.

b) Transferencia de créditos

La transferencia de créditos implica que, en los documentos o certificados académicos oficiales acreditativos de las enseñanzas seguidas por cada estudiante, la UCAM incluirá la totalidad de los créditos obtenidos en enseñanzas oficiales cursadas con anterioridad, en la misma u otra universidad, que no hayan conducido a la obtención de un título oficial.

c) Suplemento Europeo al Título

Todos los créditos obtenidos por el estudiante en enseñanzas oficiales cursados en cualquier universidad, los transferidos, los reconocidos, los superados y otros créditos que el alumno haya superado para la obtención del correspondiente título de Grado, serán incluidos en su expediente académico y reflejados en el Suplemento Europeo al Título.

d) Resolución de Reconocimiento y Transferencia

Se denomina así al documento por el cual la Comisión de Reconocimiento y Transferencia de Créditos acuerda el reconocimiento de los créditos objeto de solicitud.

4. NORMAS SOBRE RECONOCIMIENTO DE CRÉDITOS

4.1. Criterios Generales

4.1.1. Formación Básica

a) A partir del curso 2015/16, y en aplicación del *Real Decreto 43/2015, de 2 de febrero, por el que se modifica el Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales, y el Real Decreto 99/2011, de 28 de enero, por el que se regulan las enseñanzas oficiales de doctorado*, siempre que el título al que se pretende acceder pertenezca a la misma rama de conocimiento, serán objeto de reconocimiento al menos el 15 por ciento de los créditos correspondientes a materias de formación básica de dicha rama.

Reconocimientos por formación básica - criterios de mínimos

Total ECTS título	25 % FB	60 % de la FB asociada a la rama del título	Rctos por FB
180	45	27	6
240	60	36	6
300	75	45	12
360	90	54	12

b) En el caso de titulaciones adscritas a diferente rama de conocimiento, serán objeto de reconocimiento los créditos obtenidos en aquellas materias de formación básica que pertenezcan a la rama de conocimiento de la titulación de destino.

En ambos casos, la Comisión de Reconocimiento y Transferencia de Créditos resolverá, a solicitud del estudiante, y con el informe de la Comisión de Reconocimiento y Transferencia del Título (CRT) a qué materias de éstas se imputan los créditos de formación básica de la rama de conocimiento superados en la titulación de origen. En el supuesto contemplado en apartado b), los reconocimientos se efectuarán teniendo en cuenta la adecuación entre competencias y los conocimientos asociados a dichas materias.

Sólo en el caso de que se haya obtenido un número de créditos menor asociado a una materia de formación básica de origen, la Comisión de Reconocimiento del Título establecerá, la necesidad o no de completar la materia de destino por aquellos complementos formativos que se diseñen para adquirir las correspondientes competencias.

4.1.2. Enseñanzas de Grado. Resto de créditos (materias de otras ramas de conocimiento, obligatorias, optativas, prácticas externas y Trabajo Fin de Grado).

El resto de los créditos podrán ser reconocidos por la Universidad teniendo en cuenta la adecuación entre las competencias y conocimientos asociados a las restantes materias cursadas por el estudiante o bien asociados a una previa experiencia profesional y laboral y los previstos en el plan de estudios o bien que tengan carácter transversal.

No podrán ser objeto de reconocimiento los créditos correspondientes a los Trabajo Fin de Grado (TFG), según se establece en el artículo 6 del R.D. 861/2010, de 2 de julio.

4.1.3. Cursos de adaptación.

Los reconocimientos efectuados en sede de un curso de adaptación se sujetarán a lo recogido en la correspondiente Memoria de verificación y la legislación vigente en la materia.

4.1.4 Reconocimiento de créditos en las enseñanzas de Máster.

Podrán ser objeto de reconocimiento los créditos correspondientes a asignaturas superadas en enseñanzas oficiales de Máster, en función de la adecuación entre las competencias y conocimientos asociados a las asignaturas de origen y las previstas en el plan de estudios del Máster.

Podrán reconocerse créditos obtenidos en enseñanzas oficiales de Licenciatura, Ingeniería Superior o Arquitectura, siempre y cuando procedan de asignaturas vinculadas al segundo ciclo de las mismas y atendiendo a la adecuación de competencias entre las materias de origen y las de destino del reconocimiento.

Se podrán reconocer créditos cursados en enseñanzas oficiales de Doctorado reguladas tanto por el R.D. 1393/2007 y R.D. 99/2011, como por los anteriores R.D. 185/1985, R. D. 778/1998 y R.D. 56/2005, teniendo en cuenta la adecuación entre las competencias y conocimientos asociados a las asignaturas cursadas por el estudiante y los previstos en el Máster.

No podrán ser objeto de reconocimiento los créditos correspondientes a Trabajo Fin de Master (TFM), según se establece en el artículo 6 del R.D. 861/2010, de 2 de julio.

En el caso de Másteres interuniversitarios, serán de aplicación las normas de reconocimiento de créditos de la universidad coordinadora.

4.1.5. Criterios adicionales

a) Serán objeto de reconocimiento los créditos de los módulos o materias definidos por el Gobierno en las normativas correspondientes a los estudios oficiales que habiliten para el ejercicio de profesiones reguladas.

b) Tal y como recoge el R.D. 861/2010, de 2 de Julio, en su punto cinco apartado 8. En el caso de los estudios de Grado, la Universidad reconocerá, dependiendo de su plan de estudios, al menos 6 créditos, por participación en actividades universitarias de tipo cultural, deportivas, de representación estudiantil, solidarias y de cooperación, de acuerdo con la normativa que sobre actividades de tipo extracurricular desarrolle la Universidad Católica. Este tipo de créditos se imputarán con carácter general a los créditos de asignaturas optativas y cuando el plan de estudios no tenga el mínimo de optatividad contemplada de 6 créditos, serán susceptibles de reconocimiento las materias afines de contenido relacionado con los contenidos reflejados en las actividades aportadas. Los estudiantes que hayan cursado enseñanzas oficiales previas al R.D. 1393/2007 solicitarán el reconocimiento por las actividades anteriormente citadas, que deberán acreditar y que podrán ser reconocidas por la Comisión de Reconocimiento y Transferencia de Créditos, a propuesta de la CRT. Estas actividades aparecerán como reconocidas APTAS. (Ver Anexo I).

c) Podrán ser reconocidos créditos académicos por la actividad profesional y laboral desarrollada por el estudiante. La CRT elaborará las directrices básicas y las correspondientes tablas de reconocimiento por experiencia profesional, relacionadas con la/s materias objeto de reconocimiento.

d) Igualmente, podrán ser reconocidos créditos de formación de enseñanzas universitarias no oficiales donde hayan sido adquiridas las competencias objeto de reconocimiento, previa acreditación del programa de estudios cursados.

e) En el caso de los apartados c) y d), el número de créditos reconocidos no superará, en su conjunto el 15 por ciento del total de créditos que constituyen el plan de estudios. El reconocimiento de estos créditos no incorporará calificación de los mismos por lo que no computarán a efectos de baremación del expediente, *de acuerdo al artículo 6 del R.D. 1393/2007, en versión dada por el R.D. 861/2010.*

f) Los créditos procedentes de títulos propios podrán, excepcionalmente reconocerse en un porcentaje superior al señalado en el apartado e) o en su caso ser reconocidos en su totalidad siempre que el correspondiente título propio haya sido extinguido y sustituido por un título oficial, de conformidad *artículo 6 del R.D. 1393/2007, en versión dada por el R.D. 861/2010.*

g) Así mismo, y según recoge el citado R. D. 861/2010, de 2 de julio, podrán ser objeto de reconocimiento, los créditos cursados en otras enseñanzas oficiales superiores: Enseñanzas Artísticas Superiores y Ciclos Formativos de Grado Superior (Técnico Superior o equivalente). A tal fin la Comisión de Reconocimiento y Transferencia de Créditos, a través de las CRTs de las diversas titulaciones, encargará las correspondientes tablas de equivalencia para reconocimiento de créditos de los estudiantes que accedan a la universidad desde las enseñanzas oficiales superiores no universitarias.

h) Solo se podrá reconocer, en cualquier caso, la totalidad de la unidad certificable solicitada por el estudiante; no pudiéndose reconocer parcialmente una asignatura.

i) No podrá utilizarse para el reconocimiento de créditos una asignatura superada por evaluación compensada.

4.2 Reconocimiento de créditos desde una titulación actual (LRU) a un Grado.

4.2.1. Reconocimiento de los estudios de un titulado (LRU) cuya titulación de origen pertenezca a la misma rama de conocimiento.

A partir del curso 2015/16, y en aplicación del *Real Decreto 43/2015, de 2 de febrero, por el que se modifica el Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales, y el Real Decreto 99/2011, de 28 de enero, por el que se regulan las enseñanzas oficiales de doctorado*, siempre que el título al que se pretende acceder pertenezca a la misma rama de conocimiento, serán objeto de reconocimiento al menos el 15 por ciento de los créditos correspondientes a materias de formación básica de dicha rama.

Reconocimientos por formación básica - criterios de mínimos

Total ECTS título	25 % FB	60 % de la FB asociada a la rama del título	Rctos por FB
180	45	27	6
240	60	36	6
300	75	45	12
360	90	54	12

En este caso, la Resolución de Reconocimiento y Transferencia de Créditos hará constar que los créditos de formación básica son reconocidos por aportar un título oficial previo.

En el caso del resto de créditos serán reconocidos por asignatura/s.

4.3 Homologación y convalidación de títulos y estudios extranjeros de educación superior.

a) Serán reconocibles parcial o totalmente aquellos títulos extranjeros de educación superior que establezca el Ministerio de Educación Español, o cualquier otra administración pública competente, de acuerdo a lo establecido en la legislación vigente.

b) Los alumnos que deseen solicitar el reconocimiento de materias cursadas en estudios superiores oficiales extranjeros y títulos propios universitarios deberán ajustarse a los requisitos establecidos en el Real Decreto 967/2014, de 21 de noviembre, por el que se establecen los requisitos y el procedimiento para la homologación y declaración de equivalencia a titulación y a nivel académico universitario oficial y para la convalidación de estudios extranjeros de educación superior, y el procedimiento para determinar la correspondencia a los niveles del marco español de cualificaciones para la educación superior de los títulos oficiales de Arquitecto, Ingeniero, Licenciado, Arquitecto Técnico, Ingeniero Técnico y Diplomado.

c) En lo que respecta a las profesiones relacionadas con las Ciencias de la Salud, los poseedores de un título universitario extranjero que desee ejercer profesionalmente en España, además de homologar su título, habrán de cumplir con lo establecido en los Reales Decretos 183/2009, de 8 de febrero, y 459/2010, de 16 de abril.

d) Los criterios aplicables al reconocimiento de materias provenientes de títulos extranjeros, serán los mismos que para el reconocimiento de créditos en los estudios oficiales de Grado y Máster. De modo que cuando el alumno acceda a una titulación universitaria oficial por cursar o haber cursado estudios oficiales extranjeros, totales o parciales, serán susceptibles de reconocimiento las materias cursadas en las titulaciones extranjeras cuando las competencias adquiridas por el alumno en los estudios de origen sean similares a las que se obtendrían en los estudios para los que se solicita reconocimiento de créditos.

e) La conversión de las calificaciones obtenidas en un título extranjero de educación superior se hará conforme a lo establecido en la tabla de conversión incorporada como ANEXO a la presente normativa.

Esta tabla de equivalencias se ha elaborado por países, no obstante la autonomía de la que disponen las Instituciones de Enseñanza Superior de algunos de ellos en cuanto a la asignación de calificaciones, pudiendo variar de una institución a otra. Se ha intentado recoger tal variedad de situaciones, no obstante la amplia casuística, pudiendo existir supuestos que hayan quedado fuera de ella. Dicha casuística deberá ser tenida en cuenta, en su caso.

2. Así mismo, y de acuerdo a lo establecido en el 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, la mención de Matrícula de Honor podrá ser otorgada a alumnos con una calificación reconocida igual o superior a 9.0. El número de alumnos que obtengan esta mención no podrá exceder del 5 % de los alumnos matriculados en una materia, teniendo en cuenta tanto a los que cursen la materia como a los que la reconozcan, en el correspondiente curso académico; salvo que el número de alumnos matriculados sea inferior a 20, en cuyo caso se podrá conceder una sola Matrícula de Honor.

5. NORMAS SOBRE TRANSFERENCIA DE CRÉDITOS

1. En el expediente académico se establecerá una separación tipográfica clara entre los créditos que conducen a la obtención del título de Grado o de Máster y aquellos otros créditos transferidos, que no tienen repercusión en la obtención del mismo.
2. Se consignará en el expediente con el literal, nº ECTS y calificación original de la asignatura aportada por el alumno, en titulaciones no finalizadas.
3. Todos los créditos obtenidos por el estudiante en enseñanzas oficiales cursados en cualquier universidad, los transferidos, los reconocidos y los superados para la obtención del correspondiente título, serán incluidos en su expediente académico y reflejado en el Suplemento Europeo al Título, tal y como establece el artículo 6 del R.D. 1393/2007, en versión dada por el R.D. 861/2010.

6. CALIFICACIONES

1. La calificación en las asignaturas por las que se solicita el reconocimiento y transferencia de créditos ECTS será la misma que la obtenida en las asignaturas de origen. En caso de que coexistan varias materias de origen y una sola de destino, se realizará media aritmética ponderada.

No obstante lo anterior, en los reconocimientos efectuados en aplicación del punto 4.1.1 de la presente norma (Formación Básica), para el caso de que la asignatura de origen del reconocimiento no pudiera identificarse, la calificación aplicable a la asignatura de destino será la nota media del expediente de académico.

2. En el caso de los reconocimientos y transferencia de créditos obtenidos a través de las enseñanzas oficiales superiores no universitarias, la calificación que se aplicará a las asignaturas objeto de reconocimiento seguirá las siguientes reglas:
 - *Enseñanzas artísticas superiores.* La calificación a aplicar a las asignaturas objeto de reconocimiento seguirá la norma establecida en el punto 1 anterior.
 - *Formación profesional de Grado Superior (CFGS).* La calificación aplicable a las asignaturas a reconocer será la nota media del expediente del alumno, referida al ciclo formativo completo, computando a efectos de baremación del expediente a partir del curso 2012/13.
 - *Enseñanzas profesionales de artes plásticas y diseño de grado superior.* La calificación a aplicar a las asignaturas objeto de reconocimiento seguirá la norma establecida para los CFGS.
 - *Enseñanzas deportivas de grado superior.* La calificación a aplicar a las asignaturas a reconocer seguirá la norma establecida para los CFGS.
3. En el supuesto de no existir calificación en las asignaturas o materias objeto de reconocimiento, se hará constar APTO y no computará a efectos de media de su expediente. Esta regla resultará aplicable al reconocimiento de materias procedentes de los estudios que conforman la Educación Superior.
4. En el supuesto del reconocimiento de asignaturas por experiencia laboral o profesional o por formación proveniente de enseñanzas universitarias no oficiales, se hará constar como APTO y no computará a efectos de media en su expediente.
5. En el caso de los Cursos de Adaptación al Grado para Diplomados, Arquitectos Técnicos e Ingenieros Técnicos, la calificación que se anotará en el expediente del estudiante para las asignaturas reconocidas en bloque será la calificación media del expediente de la titulación de procedencia. No obstante, para el caso de que las calificaciones del expediente de procedencia sean cualitativas, se tendrá en cuenta la siguiente tabla de equivalencias:

Calificación cualitativa	Base 10	Base 4
Aprobado	6	1
Notable	8	2

Sobresaliente	9,5	3
Matrícula	10	4

6. En el caso de no figurar nota media del expediente en la certificación académica aportada por el alumno, las materias reconocidas lo serán con la calificación de 5.

7. CONSIDERACIONES GENERALES

1. Los créditos reconocidos se consignarán en el nuevo expediente de la titulación de destino con el **literal, tipología, créditos y calificación** obtenida en la titulación de origen, haciendo referencia a la universidad en la que fue cursada.

2. En general, la unidad evaluable y certificable será la asignatura.

3. El reconocimiento de créditos se efectuará atendiendo a las materias del plan de estudios vigente en el momento de efectuar la solicitud de reconocimiento. No obstante, se podrá solicitar el reconocimiento de materias pertenecientes a cursos de un plan de estudios aprobado oficialmente, pero aún no implantado en su totalidad, siempre que el alumno así lo solicite expresamente.

4. La resolución de reconocimiento de créditos será el resultado del estudio pormenorizado de la documentación presentada en tiempo y forma, de acuerdo a las indicaciones contenidas en esta normativa.

5. Una vez resuelto un reconocimiento e incorporado al expediente del alumno, no podrá retrotraerse salvo que haya mediado:

- Error material en la concesión del mismo.
- Se detecte falsedad o error documental en la documentación aportada por el solicitante.

8. PROCEDIMIENTO

El Consejo de Gobierno de la Universidad establecerá los periodos de presentación de solicitudes para el reconocimiento y transferencia de créditos, así como el calendario para la resolución de los mismos.

Las solicitudes deberán resolverse en un plazo máximo 40 días naturales desde la finalización del periodo de presentación de solicitudes.

1. **Documentos de obligada aportación.** Para que la solicitud de reconocimiento de créditos pueda ser admitida a trámite, deberá aportarse junto a la misma y de manera indispensable la siguiente documentación:

1. Reconocimientos por Enseñanzas Universitarias Oficiales

- Certificación académica que acredite:
 - Haber superado las materias de origen aportadas para el reconocimiento solicitado.
 - La rama a la que está adscrito el título aportado.
 - Las materias a las que se vinculan las asignaturas de formación básica.
 - En las profesiones reguladas, referencia al acuerdo y orden en la que se establece el plan de estudios y requisitos de verificación.
- El programa o la guía docente de la/s materia/s en las que basa su solicitud de reconocimiento

1. Reconocimientos por Enseñanzas Superiores No Universitarias

- Certificación académica que acredite:
 - Módulos o materias superadas
 - Nota media del expediente académico
- El programa o la guía docente de la/s materia/s en las que basa su solicitud de reconocimiento o la publicación del currículo de la enseñanza en boletín oficial, en su caso.

1. Reconocimientos por titulación universitaria no oficial (títulos propios universitarios)

- Certificación académica que acredite:
 - Módulos o materias superadas
 - Nota media del expediente académico
 - El carácter no oficial de la enseñanza

 - El programa o la guía docente de la/s materia/s en las que basa su solicitud de reconocimiento
1. Reconocimientos por experiencia profesional o laboral
 - Experiencia profesional o laboral por cuenta ajena:
 - Certificado de vida laboral
 - Certificación descriptiva de las funciones desarrolladas, firmado y sellado por la empresa en la que se adquirió la experiencia alegada.

 - Experiencia profesional o laboral por cuenta propia:
 - Alta en vigor en el Régimen Especial de Trabajadores Autónomos (RETA)
 - Declaración jurada de las funciones desarrolladas, firmada por el solicitante de los reconocimientos.

 2. En el caso de que las materias de origen del reconocimiento, hayan sido superadas en titulaciones impartidas por la Universidad Católica San Antonio, únicamente será necesario aportar resumen académico del expediente del alumno.

 3. Para reconocimiento materias provenientes de una titulación extranjera, el solicitante deberá aportar junto a la misma y de manera indispensable la siguiente documentación, que deberá ir debidamente traducida al castellano, mediante traductor jurado, y legalizada por vía diplomática:
 - Certificación académica que acredite haber superado las materias de origen aportadas para el reconocimiento solicitado.
 - El programa o la guía docente de la/s materia/s en las que basa su solicitud de reconocimiento

 4. No obstante los puntos anteriores, la Comisión de Reconocimientos de Título podrá requerir del solicitante que aporte cuanta documentación estime conveniente para la resolución del reconocimiento solicitado (manuales o materiales utilizados para la superación de la materia aportada, proyectos técnicos realizados, material producido en el ejercicio profesional, ect.)

 5. Contra los acuerdos que se adopten podrá interponerse recurso, por una sola vez, ante la Secretaría Central de la Universidad, dirigida a la titulación, que la trasladará a la Comisión de Reconocimiento de Créditos y se resolverá en un plazo no superior a 15 días naturales.

DISPOSICIÓN ADICIONAL 1. Movilidad.

Además de lo establecido en esta normativa, los estudiantes inscritos en programa de movilidad y que estén bajo el ámbito de convenios nacionales o internacionales, se regirán por lo regulado en su propia normativa y con arreglo a los acuerdos de estudios suscritos previamente por los estudiantes y las universidades de origen y destino de los mismos.

DISPOSICIÓN ADICIONAL 2. Composición y funciones de la Comisión de Reconocimiento y Transferencia de los títulos de Máster (CRM).

Composición:

1. Director/Coordinador del Máster.
2. Profesor responsable de Prácticum (Máster Profesional).
3. Profesor Responsable de Metodología de la Investigación (Máster Investigación/Académico).
4. Tutor de movilidad (en su caso).

Funciones:

La CRM, a la vista de la documentación aportada por el estudiante, elevará la correspondiente propuesta de resolución de Reconocimiento y Transferencia de créditos a la CRC.

DISPOSICIÓN ADICIONAL 3. Procedimiento para los títulos de Máster

Será de aplicación el procedimiento establecido para los títulos de Grado, recogida en la presente normativa.

DISPOSICIÓN ADICIONAL 4. Reconocimiento del nivel B1, B2, C1 y C2 de lengua extranjera.

En el caso de la acreditación de algún nivel de idiomas como requisito para la obtención del correspondiente título de Grado o Máster, el estudiante no podrá hacer uso de la superación de ningún nivel como créditos por otras actividades de tipo cultural, deportivas, de representación estudiantil, solidarias y cooperación y ser reconocidas por asignaturas optativas de su titulación.

En el caso de la asignatura de idiomas, si los contenidos son distintos o se refieren a la didáctica de la misma, tampoco podrán ser reconocidas dichas asignaturas por la acreditación de los niveles anteriormente citados.

DISPOSICIÓN ADICIONAL 5. Actividades de tipo cultural, deportivas, de representación estudiantil, solidarias y cooperación

El anexo I recoge la normativa específica de reconocimiento para este tipo de actividades, en el caso de las titulaciones de Grado.

ANEXO I

NORMATIVA SOBRE EL RECONOCIMIENTO DE CRÉDITOS POR LA REALIZACIÓN DE ACTIVIDADES UNIVERSITARIAS CULTURALES, DEPORTIVAS, DE REPRESENTACIÓN ESTUDIANTIL, SOLIDARIAS Y DE COOPERACIÓN EN LOS ESTUDIOS DE GRADO

El Real Decreto 1.393/2007, de 29 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales, y el R.D. 861/2010, de 3 de julio, que modifica al anterior, en su capítulo III, artículo 12.8), de acuerdo con lo regulado por la Ley 6/2001, de 21 de diciembre de Universidades (BOE 24/12/2001), modificada por la Ley Orgánica 4/2007, de 12 de abril (BOE 13/04/2007), establece que: De acuerdo con el artículo 46.2. i) de la Ley Orgánica 6/2001, de 21 de diciembre de universidades, los estudiantes podrán obtener reconocimiento académico de créditos por la participación en actividades universitarias culturales, deportivas, de representación estudiantil, solidarias y de cooperación.

Todas las actividades objeto de reconocimiento, deberán previamente haber sido autorizadas por el Consejo de Gobierno de la Universidad.

La presente normativa regula el reconocimiento de los créditos obtenidos por la realización de este tipo de actividades, por créditos de asignaturas optativas en los estudios de Grado, en las diferentes titulaciones de la Universidad Católica San Antonio, realizadas a partir del curso 2011/2012.

El reconocimiento de créditos queda sometido a las siguientes condiciones:

1-. Los estudiantes matriculados en la UCAM podrán solicitar reconocimiento académico de créditos por la realización de actividades culturales, deportivas, de representación estudiantil, solidarias y de cooperación, que hayan realizado a lo largo de su permanencia en la universidad. Por ello se contemplará la posibilidad de reconocimiento de al menos 6 créditos del total del plan de estudios cursado.

Para presentar la solicitud de reconocimiento será requisito indispensable que el estudiante se encuentre alguna de las siguientes situaciones:

- Estudiantes que soliciten traslado de expediente a otra universidad.

El estudiante presentará la solicitud de reconocimiento por actividades socioculturales simultáneamente con la de traslado de expediente. La resolución del reconocimiento, y la consiguiente imputación a créditos optativos de su plan de estudios, estará supeditada a la finalización del proceso de traslado de expediente.

- Estudiantes en disposición de finalizar estudios.

El estudiante presentará la solicitud de reconocimiento por actividades socioculturales en el último curso de los estudios de Grado, siempre que se encuentre en disposición de finalizar estudios.

El anexo I recoge la tabla de actividades y el número máximo de créditos a obtener por actividad y año.

2. Con carácter general, el reconocimiento del número de créditos se concederá en la proporción de 1 crédito por cada 25 horas, excepto que se especifique el número de créditos ofertados en una actividad determinada.

3. La imputación a optatividad efectuada en el expediente del alumno, a consecuencia del reconocimiento por actividades socio-culturales, no podrá retrocederse en ningún caso.

TIPO DE ACTIVIDADES

Actividades Culturales

En este apartado se reconocerán créditos por la participación en determinados actividades, jornadas, seminarios, congresos, conferencias, y otras actividades que organice la UCAM. Para el reconocimiento de dichos créditos, el estudiante aportará el correspondiente certificado acreditativo de superar dichas actividades.

Actividades Deportivas

Para el reconocimiento de créditos por actividades deportivas, se considerará la participación, de manera individual o en equipo, en campeonatos y competiciones universitarias, autonómicas, nacionales o internacionales. El interesado deberá presentar una memoria justificativa de la actividad desarrollada y tener justificada una asistencia a dichas actividades de, al menos, el 80%.

Representación Estudiantil

La Universidad reconocerá créditos por representación estudiantil, a los estudiantes que hayan sido elegidos como Delegados de Centro o Facultad y hayan asistido, al menos, al 80 % de las sesiones del órgano colegiado de que se trate. La Jefatura de Estudios, a través de la Sección correspondiente, emitirá una certificación que acredite su nombramiento y participación en las sesiones convocadas por dicha Jefatura. Además el interesado deberá presentar una memoria justificativa de las actividades desarrolladas.

Actividades Solidarias

Para el reconocimiento de créditos por actividades solidarias, el estudiante deberá superar dichas actividades, organizadas por el Instituto Internacional de Caridad y Voluntariado "Juan Pablo II" (IICV), que acreditará la participación en las mismas y que quedarán reflejadas en su correspondiente certificado académico.

Para el reconocimiento de créditos por actividades Solidarias, el IICV, será quien determine los criterios para la obtención de los créditos en este apartado.

Actividades de Cooperación

Serán reconocidos créditos en este apartado por actividades realizadas a través de:

- Prácticas en el Gabinete de Protocolo
- Convenios de Cooperación Educativa
- Actividades organizadas para la orientación al empleo

Los créditos reconocidos serán incorporados al expediente del estudiante como reconocimiento de actividades Universitarias por participación en actividades culturales, deportivas, de representación estudiantil, solidarias o de cooperación, con la calificación de apto y no se tendrá en cuenta en la ponderación del expediente.

CATÁLOGO DE ACTIVIDADES DE TIPO CULTURAL, DEPORTIVAS, SOLIDARIAS, DE REPRESENTACIÓN ESTUDIANTIL Y DE COOPERACIÓN SUSCEPTIBLES DE RECONOCIMIENTO DE CRÉDITOS ECTS EN LAS TITULACIONES DE GRADO.

Actividades de tipo cultural: (Previamente autorizadas)

- Cursos de verano organizados por la UCAM.
- Acreditación de haber conseguido el nivel B1 o superior (B2, C1 y C2) de dominio de lengua extranjera. 1 crédito/por nivel. (Incompatible con requisitos para superación de titulación).
- Participación como alumno interno, en convocatoria oficial (0.5 créditos cada año).
- Participación en Congresos institucionales.
- Participación en actividades organizadas por la UCAM.

Actividades deportivas:

- Práctica de actividades deportivas durante el curso académico en cualquier disciplina deportiva formando parte de equipos que representen a la Universidad. (Hasta un crédito por un año).

Actividades solidarias y de cooperación:

- Participación en actividades de voluntariado gestionadas y avaladas por la UCAM.

- Participación en actividades de cooperación avaladas por el Servicio de Relaciones Internacionales de la UCAM.
- Colaboración con el Gabinete de Protocolo
- Participación en actividades organizadas para la orientación al empleo avaladas por el SOIL.
- Prácticas extracurriculares realizadas por alumnos en programas de movilidad estudiantil.

Actividades universitarias de representación estudiantil:

- Por ser delegado de centro/facultad. (0.5 créditos/curso).

Titulación	Créditos de Libre elección del plan de estudios	Créditos optativos susceptibles de reconocimiento por otras actividades socioculturales. Como mínimo en bloques de (ECTS):
Grado en Enfermería (Plan 2008 ¿ en extinción)	1,5	4,5
Grado en Enfermería (Plan 2014)	NO	6
Grado en Fisioterapia (Plan 2008- en extinción)	6	4,5
Grado en Fisioterapia (Plan 2014)	NO	6
Grado en Nutrición (Plan 2008 ¿ en extinción)	3	4,5
Grado en Nutrición (Plan 2014)	NO	4,5
Grado en Ciencia y Tecnología de los Alimentos	3	4,5
Grado en Terapia Ocupacional	NO	6
Grado en Psicología	NO	6
Grado en CAFD	NO	4,5
Grado en Derecho	NO	6
Grado en Turismo	NO	6
Grado en Publicidad y RRPP (Plan 2014)	NO	6
Grado en Comunicación Audiovisual (Plan 2014)	NO	6
Grado en Periodismo (Plan 2014)	NO	6
Grado en ADE (Plan 2014)	NO	6
Grado en Educación Infantil	NO	6
Grado en Educación primaria	NO	6
Grado en Arquitectura	NO	4,5
Grado en Ingeniería de la Edificación	NO	4,5

Titulación	Créditos de Libre elección del plan de estudios	Créditos optativos susceptibles de reconocimiento por otras actividades socioculturales. Como mínimo en bloques de (ECTS):
Grado en Sistemas de Telecomunicación (Plan 2008 ¿ en extinción)	NO	4,5/ 6
Grado en Sistemas de Telecomunicación (Plan 2011)	NO	4,5
Grado en Ingeniería Informática (Plan 2008 ¿ en extinción)	NO	4,5
Grado en Ingeniería Informática (Plan 2011)	NO	3
Grado en Ingeniería Civil	NO	6
Medicina	NO	3
Criminología	NO	6
Relaciones Laborales y Recursos Humanos	NO	6
Farmacia	NO	6
Comunicación	NO	6
Gastronomía	NO	6

Los alumnos podrán solicitar el reconocimiento de estos créditos en bloques del mínimo de créditos marcados en la cuarta columna. Así, los alumnos hasta que no dispongan de este mínimo número de créditos a reconocer, no podrán realizar solicitud de reconocimiento de créditos en Secretaría Central.

Con carácter general no se cobrarán tasas de reconocimiento, si con antelación el alumno ya ha pagado por dichos créditos, pero, si el alumno no ha pagado tasas de reconocimiento previas por las actividades relacionadas en el anexo, pagará por el reconocimiento la tasa de reconocimiento establecida en dicho curso académico como tal para los reconocimientos.

ANEXO II:

TABLA DE CONVERSIÓN DE CALIFICACIONES PARA EL RECONOCIMIENTO

PAÍS	SUSPENSO	APROBADO	NOTABLE	SOBRESALIENTE	Opción a Matrícula de Honor
ESPAÑA	0-4,9	5,0-6,9	7,0-8,9	9,0-9,9	10,0
ECTS Scale	<i>FAIL - considerable further work is required (F) FAIL - some more work required before the credit can be awarded (FX)</i>	<i>SUFFICIENT - performance meets the minimum criteria (E) SATISFACTORY - fair but with significant shortcomings (D)</i>	<i>GOOD - generally sound work with a number of notable errors (C)</i>	<i>VERY GOOD ¿ above the average standard but with some errors (B)</i>	<i>EXCELLENT- outstanding performance with only minor errors (A)</i>
ALEMANIA	5	4 ¿ 3,0	2,7 ¿ 1,7	1,3 ¿ 1,0	1+
AUSTRIA	5	4 ¿ 3,0	2,7 ¿ 1,7	1,3 ¿ 1,0	1+
BÉLGICA	0 ¿ 9,9	10 ¿ 11,9	12 ¿ 13,9	14 ¿ 15,9	16 - 20
BULGARIA	<i>Slab(2)</i>	<i>Sreden(3)</i>	<i>Dobur(4)</i>	<i>Mnogo Dobur(5)</i>	<i>Otlichen (6)</i>
CHIPRE	0 ¿ 4,5	5 ¿ 6,5	6,5 ¿ 8,5	8,5 ¿ 10	

DINAMARCA	00	02 ÷ 4	7	10	12
ESLOVAQUIA	<i>Nevyhovél (Fail)</i>	<i>Dobry (Good)</i>	<i>Vel'mi dobry (Very Good)</i>	<i>Výborný (Excellent)</i>	
ESLOVENIA	<i>Nezadostno/Nezadovoljava (0-4,9)</i>	<i>Zadostno/Zadovoljava (5-6,9)</i>	<i>Dobro (7-7,9) Prav Dobro (8-8,9)</i>	<i>Prav Dobro (9-9,9)</i>	<i>Odlicno (10)</i>
ESTONIA	0 / F	<i>Kasin / 1 / E: 51% -60% Rahuldav/ 2 / D: 61% - 70%</i>	<i>Hea/ 3 / C: 71% - 80%</i>	<i>Väga hea/ 4 / B: 81% - 90%</i>	<i>Suurepärane/ 5 / A: 91% - 100%</i>
PAÍS	SUSPENSO	APROBADO	NOTABLE	SOBRESALIENTE	Opción a Matrícula de Honor
FINLANDIA	<i>Hylatyy (0-0,9)</i>	<i>Tyydyttävä (1-1,9) Erittäin Tyydyttävä (2- 2,5)</i>	<i>Erittäin Tyydyttävä (2,6-2,9) Hyvä (3-3,9)</i>	<i>Erittäin Hyvä (4-4,9)</i>	<i>Kiitettävä (5)</i>
FRANCIA	0 ÷ 9,9	10 ÷ 11,9	12 ÷ 13,9	14 ÷ 15,9	16 ÷ 20
GRECIA	0 ÷ 4,5	5 ÷ 6,5	6,5 ÷ 8	8,1 ÷ 10	
HUNGRIA	<i>Elégtelen(1-1,9)</i>	<i>Elégséges(2-2,9)</i>	<i>Közepes(3-3,9)</i>	<i>Jó(4-4,9)</i>	<i>Jeles(5)</i>
IRLANDA	0 ÷ 39	40 ÷ 59	60 ÷ 69	70 ÷ 75	75 ÷ 80
ISLANDIA	0 ÷ 4,99	5 ÷ 5,99	6 ÷ 7,24	7,25 ÷ 9,99	10
ITALIA	0-17	18-23	24-27	28-30	30 e lode
LETONIA	<i>Neapmierinosi 0-3,9</i>	<i>Gandríz Viduveji (4-4,9)</i>	<i>Viduveji (5-5,9) Gandríz Labi (6-6,9)</i>	<i>Labi (7-7,9) Loti Labi (8-8,9)</i>	<i>Teicami (9-9,9) Izcili (10)</i>
LITUANIA	1 ÷ 4,9	5 - 6,9	7 - 8,9	9 - 9,9	10
LUXEMBURGO	0 ÷ 9,9	10 ÷ 13,9	14 - 15,9	16 ÷ 18,9	19 ÷ 20
MALTA	F	D+ - C	C+ - B	B+ - A	A+
NORUEGA	6 ÷ 4,1	4 ÷ 2,9	2,8 ÷ 1,7	1,6 ÷ 1,1	1,0
PAISES BAJOS	0 ÷ 5,5	5,6 ÷ 6,9	7 ÷ 7,9	8 ÷ 9,9	10
POLONIA	<i>Niedostateczny (0-2)</i>	<i>Dostateczny (2,1-3)</i>	<i>Dobry (3,1-4)</i>	<i>Bardzo Dobry (4,1-5)</i>	
PORTUGAL	0 ÷ 9,9	10 ÷ 13,9	14 ÷ 16,9	17 ÷ 18,9	19 - 20
REIUNO UNIDO	0 ÷ 39	40 ÷ 59	60 ÷ 69	70 ÷ 75	75 ÷ 100
REPUBLICA CHECA	<i>Nevyhovél (4)</i>	<i>Dobre(5)</i>	<i>Vel'mi Dobre(2)</i>	<i>Výborne(1)</i>	
RUMANIA	0 ÷ 4,9	5 ÷ 6,9	7 ÷ 8,9	9 ÷ 9,9	10
PAÍS	SUSPENSO	APROBADO	NOTABLE	SOBRESALIENTE	Opción a Matrícula de Honor
SUECIA	F/U	G	G+	VG ÷ VG+	VG++
SUIZA	0-4 / 0 ÷ 3,9	5 / 4 ÷ 4,4	6 / 4,5 ÷ 5,4	7-9 / 5,5 ÷ 5,9	10 / 6
TURQUIA	<i>Noksan/Pek Noksan(1-4)</i>	<i>Orta(5-6)</i>	<i>İyi (7-8)</i>	<i>Pek iyi(9-10)</i>	

CANADA 1	F-E	D-C+	B-B+	A - A	A+
CANADA 2	F	E-C	C+ - B+	A - A	A+
EEUU 1	F	D- - C-	C - B	B+ - A-	A
EEUU 2	F	C- - C+	B- - B+	A - A	A+
PUERTO RICO	0 ÷ 46 (F)	47 ÷ 59 (D)/ 60 ÷ 74 (C)	75 ÷ 87 (B)	88 ÷ 100 (A)	
AUSTRALIA	Failure(0-49)	Conceded, Conditional or Compensatory Pass ÷ Pass (50-64)	Credit (65-74)	Distinction (75 ÷ 84)	High Distinction (85-100)
NUEVA ZELANDA	D y E	C	B	A	A
ARGENTINA	Insuficiente/Reprobado (0 ÷ 3,9) (0 ÷ 3) (0 ÷ 5)	Aprobado (4 ÷ 5,9) Bueno (6 ÷ 6,9) (4 ÷ 5) (6)	Bueno(6 ÷ 7) (7) (7 ÷ 8) Distinguido (7 ÷ 8,9)	Distinguido (9 ÷ 9,9) (8 ÷ 9) (9)	Excelente (10)
BOLIVIA	0 ÷ 50 (Reprobado)	51 ÷ 63 (Suficiente) 64 ÷ 69 (Bueno)	70 ÷ 76 (Bueno) 77 ÷ 89 (Distinguido)	90 ÷ 99 (Sobresaliente)	100
BRASIL	0 - 4,9 0 ÷ 49 F (0 ÷ 59)	5 - 6,9 50 ÷ 69 D (60 ÷ 69)	7 ÷ 7,9 C (70 ÷ 79)	8 ÷ 8,9 80 ÷ 89	9 ÷ 10 90 ÷ 100
CHILE	Insuficiente (0 ÷ 3,9)	Suficiente (4 ÷ 4,9)	Bueno (5 ÷ 5,9)	Muy bueno / Distinguido (6 ÷ 6,9)	Muy bueno / Excelente (7)
COLOMBIA	0 ÷ 2,9 (Reprobado)	3,0 ÷ 3,6	3,7 ÷ 4,3	4,4 ÷ 4,7	4,8 ÷ 5
COSTA RICA	0 ÷ 6 0 ÷ 69	7 70 ÷ 79	8 80 ÷ 89	9 90 ÷ 99	
PAÍS	SUSPENSO	APROBADO	NOTABLE	SOBRESALIENTE	Opción a Matrícula de Honor
CUBA	Reprobado/Suspense (0-2)	Aprobado (2)	Notable/Aprovechado/Bien(4)	Sobresaliente/Excelente(5)	
ECUADOR	0 ÷ 50 0 - 5,9 0 ÷ 23	51 ÷ 69 6 ÷ 7,4 24 ÷ 28	70 ÷ 89 7,5 ÷ 8,9 29 ÷ 34	90 ÷ 99 9 ÷ 9,9 35 ÷ 38	100 10 39 ÷ 40
MEXICO	Reprobado / No suficiente 0 ÷ 59 / 0 ÷ 5,9	Regular / Suficiente 60 ÷ 79 / 6,0 ÷ 7,9	Bien 80 ÷ 89 / 8,0 ÷ 8,9	Muy bien 90 ÷ 100 / 9,0 ÷ 10	
PANAMA	0 - 60 (Fracaso)	61 - 70 (Mínima de promoción) 71 ÷ 74 (Regular)	74 ÷ 80 (Regular) 81 ÷ 90 (Bueno)	91 ÷ 99 (Sobresaliente)	100
PARAGUAY	1 (Reprobado/Insuficiente)	2 (Regular/Aprobado)	3 (Bueno)	4 (Distinguido)	5 (Sobresaliente/ Excelente)
PERU	0 ÷ 10,9 / 0 - 69	11 ÷ 13,9 / 70 - 79	14 ÷ 16,9 / 80 - 89	17 ÷ 18,9 / 90 - 100	19 - 20
URUGUAY	0 ÷ 2 (Deficiente)	3 ÷ 4 (Regular / Aprobado)	5 ÷ 7 (Bueno)	8 ÷ 10 (Muy bueno)	11 ÷ 12
VENEZUELA	0 ÷ 9,9	10 ÷ 13,9	14 ÷ 16,9	17 ÷ 18,9	19 - 20
RUSIA	Neudovletvoritel'no / ##### (2)	Udovletvoritel'no / #####(3)	Khorosho / ##### (4)	Otlichno / ##### (5)	
UCRANIA	nezadovol'no / ##### (2)	zadovol'no / ##### (3)	dobre / ##### (4)	vidminno / ##### (5)	
PAÍS	SUSPENSO	APROBADO	NOTABLE	SOBRESALIENTE	Opción a Matrícula de Honor
CHINA	0 ÷ 59 / 2	60 ÷ 74 / 3	75 ÷ 89 / 4	90 ÷ 99 / 5	100
COREA	0 ÷ 59 / F	60 ÷ 73 / D- - C-	74 ÷ 86 / C - B	87 ÷ 96 / B+ - A	97 ÷ 100 / A+
INDIA	0-39	40-59	60-69	70-75	75-100
JAPON	0-59 (F)	60-79 (D-C)	80-89 (B)	90-100 (A)	
SINGAPUR	0 ÷ 49 (0.0)	50 ÷ 69 (1.0 ÷ 2.6)	70 ÷ 76 (2.7 ÷ 3.2)	77 ÷ 85 (3.3 ÷ 4.2)	86 ÷ 100 (4.3)
EGIPTO	0 ÷ 49	50 ÷ 68	69 ÷ 88	89 ÷ 97	98 ÷ 100
ISRAEL	0 ÷ 49	50 ÷ 68	69 ÷ 88	89 ÷ 97	98 ÷ 100

En aquellos casos en los que la calificación se sitúe dentro de una horquilla amplia, deberá realizarse el reconocimiento atendiendo a la media numérica resultante de dicha horquilla. Ejemplo: Si el estudiante obtiene una $\geq C \geq$ en Nueva Zelanda, correspondiente a la calificación de \geq aprobado \leq , la calificación numérica que se reconocerá e incluirá en su expediente académico será la de $\geq 6 \geq$, entendiéndose dicha calificación como la media de la horquilla (5-6,9).

La obtención de esta calificación significa que el estudiante podrá optar a M.H. en la UCAM.

La obtención de esta calificación significa que el estudiante podrá optar a M.H. en la UCAM.

En algunas universidades el aprobado se sitúa en 7/70.

Zachet/ #####: reconocido sin calificación / apto (no prevé calificación, es un sistema de apto/no apto).

Aparte de esta escala, existen una serie de asignaturas o seminarios que se solventan con una pequeña prueba. El resultado se expresa en esos casos como *####x#####(zarajovano)*, *#####x##### (nezarajovano)*: reconocido sin calificación / apto (no prevé calificación, es un sistema de apto/no apto).

4.6 COMPLEMENTOS FORMATIVOS

5. PLANIFICACIÓN DE LAS ENSEÑANZAS

5.1 DESCRIPCIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS
Ver Apartado 5: Anexo 1.
5.2 ACTIVIDADES FORMATIVAS
Clase en el aula
Tutorías
Evaluación en el aula
Defensa TFM
Estudio Personal
Lecturas recomendadas y búsqueda de información
Resolución de ejercicios y casos prácticos y realización de trabajos
Realización Trabajo Fin de Máster
Preparación defensa TFM
Evaluación
Prácticas Externas
Elaboración de Memoria Final
5.3 METODOLOGÍAS DOCENTES
Clases en el aula Exposición de contenidos por parte del profesor, análisis de competencias, explicación y demostración de capacidades, habilidades y conocimientos en el aula o a través de medios audiovisuales. Las presentaciones estarán a disposición del alumnado en el campus virtual en fecha previa a la de su exposición en clase.
Tutorías Se realizarán tutorías individualizadas y en grupos reducidos para aclarar dudas o problemas planteados en el proceso de aprendizaje, dirigir trabajos, revisar y discutir los materiales y temas presentados en las clases, orientar al alumnado acerca de los trabajos, ejercicios, casos y lecturas a realizar, afianzar conocimientos, comprobar la evolución en el aprendizaje de los alumnos, y proporcionar retroalimentación sobre los resultados de ese proceso.
Evaluación en el aula Se realizarán todas las actividades necesarias para evaluar a los alumnos en clase a través de los resultados de aprendizaje en que se concretan las competencias adquiridas por el alumno en la materia, fomentando si se considera oportuno los ejercicios de autoevaluación.
Defensa del Trabajo Fin de Máster (TFM)El alumno tendrán que preparar la exposición pública ante un tribunal de su TFM bajo la tutorización de su director. El grupo de alumnos tendrá que preparar la exposición de la defensa de su TFM bajo la supervisión de su tutor. Para ello los alumnos realizarán un resumen ejecutivo de su TFM, una presentación y se prepararán una exposición oral de 10 a 20 minutos. En algunos casos justificados el alumno podrá exponer al tribunal mediante videoconferencia ante la imposibilidad de presentarse físicamente en la universidad.
Estudio personal Tiene como objetivo asimilar los materiales y temas presentados en las clases y preparar posibles dudas a resolver en las tutorías, realización de actividades de aprendizaje virtual y preparación de exámenes.
Lecturas recomendadas y búsqueda de información Lectura y síntesis de las lecturas recomendadas por los profesores y de aquellas que el alumno pueda buscar por su cuenta. Este proceso resulta vital para una correcta preparación de los ejercicios, casos y trabajos propuestos en clase y para que el alumno acceda a fuentes de información relevante, en especial revistas y periódicos de actualidad empresarial, que se familiaricen con autores destacados, y desarrollen la capacidad de análisis, síntesis y argumentación.
Resolución de ejercicios y casos prácticos y realización de trabajos Resolución de ejercicios y casos prácticos, y realización de trabajos prácticos y teóricos propuestos, tanto individuales como en grupo
Realización Trabajo Fin de Máster Consiste principalmente en la selección del tema y recopilación preliminar de información para la determinación del problema u objeto de estudio, la realización de una búsqueda bibliográfica sistematizada u organizada, el diseño del trabajo, la elaboración del estudio y la determinación de los resultados y las principales conclusiones.
Preparación defensa Trabajo Fin de MásterRealización de la memoria a presentar por parte del alumno al tribunal de TFM, dónde se explique brevemente el contenido del trabajo y las conclusiones del mismo. Para ello los alumnos realizarán un resumen ejecutivo de su TFM, una presentación y se prepararán una exposición oral de 10 a 20 minutos. El alumno podrá exponer al tribunal mediante videoconferencia ante la imposibilidad de presentarse físicamente en la universidad.
Tutorías Participación del estudiante en los distintos mecanismos de tutorización: tutorías, chat, foros/debates, ejercicios de autoevaluación y videoconferencias.
Evaluación (Modalidad a Distancia) Se realizarán todas la actividades necesarias para evaluar a los estudiantes a través de los resultados de aprendizaje en que se concretan las competencias adquiridas por el alumno en cada materia, fomentando si se

considera oportuno los ejercicios de autoevaluación. Todos los procesos de evaluación de los estudiantes siguen un riguroso mecanismo de control para identificar a los estudiantes que cursan los estudios de postgrado del Máster en Dirección de Marketing e Innovación Turística. En el caso de los sistemas de evaluación que son presenciales, los alumnos deben presentarse con el Documento Nacional de Identidad. Para los que no son presenciales, los alumnos cuentan con el soporte de trabajo de la Universidad (verificado por ANECA en los títulos que tienen modalidad a distancia/semipresencial) a través del Campus Virtual.

Realización de Prácticas Realización de prácticas externas

Elaboración de Memoria Final Realización de la memoria a presentar por parte del estudiante a los tutores internos del Máster.

Evaluación (Modalidad Presencial). Se realizarán todas la actividades necesarias para evaluar a los estudiantes a través de los resultados de aprendizaje en que se concretan las competencias adquiridas por el alumno en cada materia, fomentando si se considera oportuno los ejercicios de autoevaluación.

Realización de Prácticas. Realización de prácticas externas.

Elaboración de Memoria Final Realización de la memoria a presentar por parte del estudiante a los tutores internos del Máster

5.4 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

Desarrollo de un trabajo teórico. Al término de la materia, el alumno deberá realizar, individualmente o en grupo, un trabajo teórico.

Participación del alumno en la materia. La participación del alumno en las diversas actividades formativas que conforman la materia se evaluará a través de la entrega y corrección de ejercicios, trabajos, casos prácticos y/o problemas, realizados individualmente y/o en grupo; la defensa pública de algunos de estos trabajos, y la participación en chats y foros de debate.

Realización de trabajos. Se evaluará mediante la entrega y corrección de ejercicios, trabajos, casos prácticos y/o problemas.

Participación del alumno en la asignatura. La participación del alumno en las diversas actividades formativas que conforman la materia se evaluará según la participación del alumno en los mecanismos de tutorización (chats, foros, videoconferencias, etc.).

Evaluación de las prácticas externas. La evaluación del estudiante la realizarán los profesores del Master en base a la memoria presentada por el alumno y los informes escrito y oral de los tutores, interno e interno y del alumno.

Evaluación de la Memoria del TFM. La llevarán a cabo los tribunales constituidos a tal efecto. La calificación del módulo se obtendrá en un 75% de la memoria de un trabajo original relacionado con uno o varios de los campos o materias del programa y que tendrá que presentar en las convocatorias previstas según la normativa del Vicerrectorado correspondiente de la Universidad.

Evaluación de la Defensa Pública del TFM. La llevarán a cabo los tribunales constituidos a tal efecto. La calificación del módulo se obtendrá en un 25% de la defensa pública de la memoria del TFM, trabajo original relacionado con uno o varios de los campos o materias del programa, y que tendrá que presentar en las convocatorias previstas según la normativa del Vicerrectorado de la Universidad. En algunos casos justificados el alumno podrá exponer al tribunal mediante videoconferencia ante la imposibilidad de presentarse físicamente en la universidad.

Informes tutores de prácticas externas

5.5 NIVEL 1: ESCENARIO TURISTICO Y RELEVANCIA DE LA INNOVACIÓN

5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1

NIVEL 2: El nuevo escenario del turismo global

5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2

CARÁCTER	Obligatoria
ECTS NIVEL 2	6

DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral

ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
6		
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12

LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE

CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí

FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
<p>Panorama actual: mercados, turistas, nuevos viajeros. Principales tendencias del cambio. La cadena de valor. Roles y procesos. Actividades clave. Canales de distribución. Retos a abordar. Desintermediación en la distribución. Un mercado global y competitivo. Sostenibilidad y eficiencia energética. Smart destinations. La sociedad de la información y el conocimiento.</p>		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
<p>G3 - Adquirir habilidades mediante el proceso de enseñanza-aprendizaje que les permita seguir autoformándose en los ámbitos de la innovación y el marketing.</p> <p>G4 - Adquirir y consolidar la iniciativa y el espíritu emprendedor para poner en marcha proyectos relacionados con la innovación y el marketing en el sector turístico.</p> <p>G5 - Ser capaces de buscar y sistematizar información proveniente de diversas fuentes, interpretar los resultados obtenidos y elaborar informes.</p> <p>G1 - Saber aplicar los conocimientos adquiridos y poseer capacidad de resolución de problemas relacionados con la innovación y el marketing dentro del sector turístico.</p> <p>G2 - Ser capaces de formular reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas que tienen lugar dentro del sector turístico integrando el conocimiento y la información.</p> <p>CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación</p> <p>CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio</p> <p>CB8 - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios</p> <p>CB9 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades</p> <p>CB10 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.</p>		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
<p>CEM10 - Conocer los conceptos de una cultura, actitudes y comportamientos orientados a la innovación y el marketing en el sector turístico.</p> <p>CEM1 - Conocer los cambios del escenario turístico que generan el desarrollo de la gestión de la innovación y tecnología en dicho sector.</p>		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Clase en el aula	27	60
Tutorías	9	20
Evaluación en el aula	9	20
Estudio Personal	47.2	0

Lecturas recomendadas y búsqueda de información	26.2	0
Resolución de ejercicios y casos prácticos y realización de trabajos	31.5	0
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
<p>Clases en el aula Exposición de contenidos por parte del profesor, análisis de competencias, explicación y demostración de capacidades, habilidades y conocimientos en el aula o a través de medios audiovisuales. Las presentaciones estarán a disposición del alumnado en el campus virtual en fecha previa a la de su exposición en clase.</p> <p>Tutorías Se realizarán tutorías individualizadas y en grupos reducidos para aclarar dudas o problemas planteados en el proceso de aprendizaje, dirigir trabajos, revisar y discutir los materiales y temas presentados en las clases, orientar al alumnado acerca de los trabajos, ejercicios, casos y lecturas a realizar, afianzar conocimientos, comprobar la evolución en el aprendizaje de los alumnos, y proporcionar retroalimentación sobre los resultados de ese proceso.</p> <p>Evaluación en el aula Se realizarán todas las actividades necesarias para evaluar a los alumnos en clase a través de los resultados de aprendizaje en que se concretan las competencias adquiridas por el alumno en la materia, fomentando si se considera oportuno los ejercicios de autoevaluación.</p> <p>Estudio personal Tiene como objetivo asimilar los materiales y temas presentados en las clases y preparar posibles dudas a resolver en las tutorías, realización de actividades de aprendizaje virtual y preparación de exámenes.</p> <p>Lecturas recomendadas y búsqueda de información Lectura y síntesis de las lecturas recomendadas por los profesores y de aquellas que el alumno pueda buscar por su cuenta. Este proceso resulta vital para una correcta preparación de los ejercicios, casos y trabajos propuestos en clase y para que el alumno acceda a fuentes de información relevante, en especial revistas y periódicos de actualidad empresarial, que se familiaricen con autores destacados, y desarrollen la capacidad de análisis, síntesis y argumentación.</p> <p>Resolución de ejercicios y casos prácticos y realización de trabajos Resolución de ejercicios y casos prácticos, y realización de trabajos prácticos y teóricos propuestos, tanto individuales como en grupo</p>		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Desarrollo de un trabajo teórico. Al término de la materia, el alumno deberá realizar, individualmente o en grupo, un trabajo teórico.	70.0	70.0
Participación del alumno en la materia. La participación del alumno en las diversas actividades formativas que conforman la materia se evaluará a través de la entrega y corrección de ejercicios, trabajos, casos prácticos y/o problemas, realizados individualmente y/o en grupo; la defensa pública de algunos de estos trabajos, y la participación en chats y foros de debate.	30.0	30.0
NIVEL 2: La innovación: una realidad en el sector turístico.		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	6	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
6		
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No

GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
<p>Conceptos de I+D+i. Definición de Innovación: evolución histórica y concepto actual. Tipos y clases de innovación: radical, incremental asimilación, creativa, "open innovation". Ámbitos de la innovación: materia prima, productos, procesos, servicios, gestión, tecnología. El fenómeno "Low-cost" como modelo de innovación. Hard y Soft. Cultura de la Innovación en la empresa. El Emprendedor. Equipo de startup: Casos de startups turísticas. Herramientas de innovación. Financiación de la innovación.</p>		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
<p>G3 - Adquirir habilidades mediante el proceso de enseñanza-aprendizaje que les permita seguir autoformándose en los ámbitos de la innovación y el marketing.</p> <p>G4 - Adquirir y consolidar la iniciativa y el espíritu emprendedor para poner en marcha proyectos relacionados con la innovación y el marketing en el sector turístico.</p> <p>G5 - Ser capaces de buscar y sistematizar información proveniente de diversas fuentes, interpretar los resultados obtenidos y elaborar informes.</p> <p>G1 - Saber aplicar los conocimientos adquiridos y poseer capacidad de resolución de problemas relacionados con la innovación y el marketing dentro del sector turístico.</p> <p>G2 - Ser capaces de formular reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas que tienen lugar dentro del sector turístico integrando el conocimiento y la información.</p> <p>CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación</p> <p>CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio</p> <p>CB8 - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios</p> <p>CB9 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades</p> <p>CB10 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.</p>		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
<p>CEM6 - Saber aplicar las diferentes técnicas avanzadas en alta dirección estratégica y operativa orientados al diseño de productos y "microproductos" turísticos (gastronómicos, patrimoniales, culturales, etc...) basados en la innovación y la competitividad.</p> <p>CEM2 - Conocer los paradigmas/conceptos/herramientas de la innovación para el marketing de las organizaciones turísticas.</p> <p>CEM4 - Conocer la cultura de la innovación en la empresa y organización turística.</p> <p>CEM5 - Saber crear el marco empresarial necesario para favorecer el desarrollo de la cultura de innovación en la empresa.</p>		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Clase en el aula	27	60

Tutorías	9	20
Evaluación en el aula	9	20
Estudio Personal	47.2	0
Lecturas recomendadas y búsqueda de información	26.2	0
Resolución de ejercicios y casos prácticos y realización de trabajos	31.5	0

5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES

Clases en el aula Exposición de contenidos por parte del profesor, análisis de competencias, explicación y demostración de capacidades, habilidades y conocimientos en el aula o a través de medios audiovisuales. Las presentaciones estarán a disposición del alumnado en el campus virtual en fecha previa a la de su exposición en clase.

Tutorías Se realizarán tutorías individualizadas y en grupos reducidos para aclarar dudas o problemas planteados en el proceso de aprendizaje, dirigir trabajos, revisar y discutir los materiales y temas presentados en las clases, orientar al alumnado acerca de los trabajos, ejercicios, casos y lecturas a realizar, afianzar conocimientos, comprobar la evolución en el aprendizaje de los alumnos, y proporcionar retroalimentación sobre los resultados de ese proceso.

Evaluación en el aula Se realizarán todas las actividades necesarias para evaluar a los alumnos en clase a través de los resultados de aprendizaje en que se concretan las competencias adquiridas por el alumno en la materia, fomentando si se considera oportuno los ejercicios de autoevaluación.

Estudio personal Tiene como objetivo asimilar los materiales y temas presentados en las clases y preparar posibles dudas a resolver en las tutorías, realización de actividades de aprendizaje virtual y preparación de exámenes.

Lecturas recomendadas y búsqueda de información Lectura y síntesis de las lecturas recomendadas por los profesores y de aquellas que el alumno pueda buscar por su cuenta. Este proceso resulta vital para una correcta preparación de los ejercicios, casos y trabajos propuestos en clase y para que el alumno acceda a fuentes de información relevante, en especial revistas y periódicos de actualidad empresarial, que se familiaricen con autores destacados, y desarrollen la capacidad de análisis, síntesis y argumentación.

Resolución de ejercicios y casos prácticos y realización de trabajos Resolución de ejercicios y casos prácticos, y realización de trabajos prácticos y teóricos propuestos, tanto individuales como en grupo

5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Desarrollo de un trabajo teórico. Al término de la materia, el alumno deberá realizar, individualmente o en grupo, un trabajo teórico.	70.0	70.0
Participación del alumno en la materia. La participación del alumno en las diversas actividades formativas que conforman la materia se evaluará a través de la entrega y corrección de ejercicios, trabajos, casos prácticos y/o problemas, realizados individualmente y/o en grupo; la defensa pública de algunos de estos trabajos, y la participación en chats y foros de debate.	30.0	30.0

5.5 NIVEL 1: ESCENARIO TURÍSTICO Y RELEVANCIA DE LA INNOVACIÓN (modalidad a distancia)

5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1

NIVEL 2: El nuevo escenario del turismo global (Modalidad a Distancia)

5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2

CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	6	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
6		
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6

ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
<p>Panorama actual: mercados, turistas, nuevos viajeros. Principales tendencias del cambio. La cadena de valor. Roles y procesos. Actividades clave. Canales de distribución. Retos a abordar. Desintermediación en la distribución. Un mercado global y competitivo. Sostenibilidad y eficiencia energética. Smart destinations. La sociedad de la información y el conocimiento.</p>		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
<p>G3 - Adquirir habilidades mediante el proceso de enseñanza-aprendizaje que les permita seguir autoformándose en los ámbitos de la innovación y el marketing.</p> <p>G4 - Adquirir y consolidar la iniciativa y el espíritu emprendedor para poner en marcha proyectos relacionados con la innovación y el marketing en el sector turístico.</p> <p>G5 - Ser capaces de buscar y sistematizar información proveniente de diversas fuentes, interpretar los resultados obtenidos y elaborar informes.</p> <p>G1 - Saber aplicar los conocimientos adquiridos y poseer capacidad de resolución de problemas relacionados con la innovación y el marketing dentro del sector turístico.</p> <p>G2 - Ser capaces de formular reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas que tienen lugar dentro del sector turístico integrando el conocimiento y la información.</p> <p>CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación</p> <p>CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio</p> <p>CB8 - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios</p> <p>CB9 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades</p> <p>CB10 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.</p>		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CEM10 - Conocer los conceptos de una cultura, actitudes y comportamientos orientados a la innovación y el marketing en el sector turístico.		

CEM1 - Conocer los cambios del escenario turístico que generan el desarrollo de la gestión de la innovación y tecnología en dicho sector.

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Tutorías	22.5	100
Estudio Personal	52.5	0
Lecturas recomendadas y búsqueda de información	15	0
Resolución de ejercicios y casos prácticos y realización de trabajos	45	0
Evaluación	15	0

5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES

Tutorías Se realizarán tutorías individualizadas y en grupos reducidos para aclarar dudas o problemas planteados en el proceso de aprendizaje, dirigir trabajos, revisar y discutir los materiales y temas presentados en las clases, orientar al alumnado acerca de los trabajos, ejercicios, casos y lecturas a realizar, afianzar conocimientos, comprobar la evolución en el aprendizaje de los alumnos, y proporcionar retroalimentación sobre los resultados de ese proceso.

Estudio personal Tiene como objetivo asimilar los materiales y temas presentados en las clases y preparar posibles dudas a resolver en las tutorías, realización de actividades de aprendizaje virtual y preparación de exámenes.

Lecturas recomendadas y búsqueda de información Lectura y síntesis de las lecturas recomendadas por los profesores y de aquellas que el alumno pueda buscar por su cuenta. Este proceso resulta vital para una correcta preparación de los ejercicios, casos y trabajos propuestos en clase y para que el alumno acceda a fuentes de información relevante, en especial revistas y periódicos de actualidad empresarial, que se familiaricen con autores destacados, y desarrollen la capacidad de análisis, síntesis y argumentación.

Resolución de ejercicios y casos prácticos y realización de trabajos Resolución de ejercicios y casos prácticos, y realización de trabajos prácticos y teóricos propuestos, tanto individuales como en grupo

Evaluación (Modalidad a Distancia) Se realizarán todas la actividades necesarias para evaluar a los estudiantes a través de los resultados de aprendizaje en que se concretan las competencias adquiridas por el alumno en cada materia, fomentando si se considera oportuno los ejercicios de autoevaluación. Todos los procesos de evaluación de los estudiantes siguen un riguroso mecanismo de control para identificar a los estudiantes que cursan los estudios de postgrado del Máster en Dirección de Marketing e Innovación Turística. En el caso de los sistemas de evaluación que son presenciales, los alumnos deben presentarse con el Documento Nacional de Identidad. Para los que no son presenciales, los alumnos cuentan con el soporte de trabajo de la Universidad (verificado por ANECA en los títulos que tienen modalidad a distancia/semipresencial) a través del Campus Virtual.

5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Participación del alumno en la materia. La participación del alumno en las diversas actividades formativas que conforman la materia se evaluará a través de la entrega y corrección de ejercicios, trabajos, casos prácticos y/o problemas, realizados individualmente y/o en grupo; la defensa pública de algunos de estos trabajos, y la participación en chats y foros de debate.	30.0	30.0
Realización de trabajos. Se evaluará mediante la entrega y corrección de ejercicios, trabajos, casos prácticos y/o problemas.	70.0	70.0

NIVEL 2: La innovación: una realidad en el sector turístico (Modalidad a Distancia)

5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2

CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	6	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3

6		
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
<p>Conceptos de I+D+i. Definición de Innovación: evolución histórica y concepto actual. Tipos y clases de innovación: radical, incremental asimilación, creativa, "open innovation". Ámbitos de la innovación: materia prima, productos, procesos, servicios, gestión, tecnología. El fenómeno "Low-cost" como modelo de innovación. Hard y Soft. Cultura de la Innovación en la empresa. El Emprendedor. Equipo de startup: Casos de startups turísticas. Herramientas de innovación. Financiación de la innovación.</p>		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
G3 - Adquirir habilidades mediante el proceso de enseñanza-aprendizaje que les permita seguir autoformándose en los ámbitos de la innovación y el marketing.		
G4 - Adquirir y consolidar la iniciativa y el espíritu emprendedor para poner en marcha proyectos relacionados con la innovación y el marketing en el sector turístico.		
G5 - Ser capaces de buscar y sistematizar información proveniente de diversas fuentes, interpretar los resultados obtenidos y elaborar informes.		
G1 - Saber aplicar los conocimientos adquiridos y poseer capacidad de resolución de problemas relacionados con la innovación y el marketing dentro del sector turístico.		
G2 - Ser capaces de formular reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas que tienen lugar dentro del sector turístico integrando el conocimiento y la información.		
CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación		
CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio		
CB8 - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios		
CB9 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades		
CB10 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		

CEM6 - Saber aplicar las diferentes técnicas avanzadas en alta dirección estratégica y operativa orientados al diseño de productos y "microproductos" turísticos (gastronómicos, patrimoniales, culturales, etc...) basados en la innovación y la competitividad.

CEM2 - Conocer los paradigmas/conceptos/herramientas de la innovación para el marketing de las organizaciones turísticas.

CEM4 - Conocer la cultura de la innovación en la empresa y organización turística.

CEM5 - Saber crear el marco empresarial necesario para favorecer el desarrollo de la cultura de innovación en la empresa.

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Tutorías	22.5	100
Estudio Personal	52.5	0
Lecturas recomendadas y búsqueda de información	15	0
Resolución de ejercicios y casos prácticos y realización de trabajos	45	0
Evaluación	15	0

5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES

Tutorías Se realizarán tutorías individualizadas y en grupos reducidos para aclarar dudas o problemas planteados en el proceso de aprendizaje, dirigir trabajos, revisar y discutir los materiales y temas presentados en las clases, orientar al alumnado acerca de los trabajos, ejercicios, casos y lecturas a realizar, afianzar conocimientos, comprobar la evolución en el aprendizaje de los alumnos, y proporcionar retroalimentación sobre los resultados de ese proceso.

Estudio personal Tiene como objetivo asimilar los materiales y temas presentados en las clases y preparar posibles dudas a resolver en las tutorías, realización de actividades de aprendizaje virtual y preparación de exámenes.

Lecturas recomendadas y búsqueda de información Lectura y síntesis de las lecturas recomendadas por los profesores y de aquellas que el alumno pueda buscar por su cuenta. Este proceso resulta vital para una correcta preparación de los ejercicios, casos y trabajos propuestos en clase y para que el alumno acceda a fuentes de información relevante, en especial revistas y periódicos de actualidad empresarial, que se familiaricen con autores destacados, y desarrollen la capacidad de análisis, síntesis y argumentación.

Resolución de ejercicios y casos prácticos y realización de trabajos Resolución de ejercicios y casos prácticos, y realización de trabajos prácticos y teóricos propuestos, tanto individuales como en grupo

Evaluación (Modalidad a Distancia) Se realizarán todas la actividades necesarias para evaluar a los estudiantes a través de los resultados de aprendizaje en que se concretan las competencias adquiridas por el alumno en cada materia, fomentando si se considera oportuno los ejercicios de autoevaluación. Todos los procesos de evaluación de los estudiantes siguen un riguroso mecanismo de control para identificar a los estudiantes que cursan los estudios de postgrado del Máster en Dirección de Marketing e Innovación Turística. En el caso de los sistemas de evaluación que son presenciales, los alumnos deben presentarse con el Documento Nacional de Identidad. Para los que no son presenciales, los alumnos cuentan con el soporte de trabajo de la Universidad (verificado por ANECA en los títulos que tienen modalidad a distancia/semipresencial) a través del Campus Virtual.

5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Participación del alumno en la materia. La participación del alumno en las diversas actividades formativas que conforman la materia se evaluará a través de la entrega y corrección de ejercicios, trabajos, casos prácticos y/o problemas, realizados individualmente y/o en grupo; la defensa pública de algunos de estos trabajos, y la participación en chats y foros de debate.	30.0	30.0
Realización de trabajos. Se evaluará mediante la entrega y corrección de ejercicios, trabajos, casos prácticos y/o problemas.	70.0	70.0

5.5 NIVEL 1: GESTIÓN DE LA INNOVACIÓN EN EL SECTOR TURÍSTICO

5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1

NIVEL 2: La innovación aplicada a los modelos de negocio turístico

5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	3	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
3		
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
Generación de conocimiento. Las TIC como soporte a la innovación en los modelos de negocio.		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
G3 - Adquirir habilidades mediante el proceso de enseñanza-aprendizaje que les permita seguir autoformándose en los ámbitos de la innovación y el marketing.		
G4 - Adquirir y consolidar la iniciativa y el espíritu emprendedor para poner en marcha proyectos relacionados con la innovación y el marketing en el sector turístico.		
G5 - Ser capaces de buscar y sistematizar información proveniente de diversas fuentes, interpretar los resultados obtenidos y elaborar informes.		
G1 - Saber aplicar los conocimientos adquiridos y poseer capacidad de resolución de problemas relacionados con la innovación y el marketing dentro del sector turístico.		
G2 - Ser capaces de formular reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas que tienen lugar dentro del sector turístico integrando el conocimiento y la información.		
CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación		
CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio		
CB8 - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios		
CB9 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades		
CB10 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.		

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

No existen datos

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CEM8 - Saber aplicar las diferentes herramientas de gestión de negocio en el sector turístico, prestando especial atención al partenariado y otros sistemas colaborativos, las TIC y la medición con indicadores.

CEM5 - Saber crear el marco empresarial necesario para favorecer el desarrollo de la cultura de innovación en la empresa.

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Clase en el aula	13.5	60
Tutorías	4.5	20
Evaluación en el aula	4.5	20
Estudio Personal	23.6	0
Lecturas recomendadas y búsqueda de información	13.1	0
Resolución de ejercicios y casos prácticos y realización de trabajos	15.7	0

5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES

Clases en el aula Exposición de contenidos por parte del profesor, análisis de competencias, explicación y demostración de capacidades, habilidades y conocimientos en el aula o a través de medios audiovisuales. Las presentaciones estarán a disposición del alumnado en el campus virtual en fecha previa a la de su exposición en clase.

Tutorías Se realizarán tutorías individualizadas y en grupos reducidos para aclarar dudas o problemas planteados en el proceso de aprendizaje, dirigir trabajos, revisar y discutir los materiales y temas presentados en las clases, orientar al alumnado acerca de los trabajos, ejercicios, casos y lecturas a realizar, afianzar conocimientos, comprobar la evolución en el aprendizaje de los alumnos, y proporcionar retroalimentación sobre los resultados de ese proceso.

Evaluación en el aula Se realizarán todas las actividades necesarias para evaluar a los alumnos en clase a través de los resultados de aprendizaje en que se concretan las competencias adquiridas por el alumno en la materia, fomentando si se considera oportuno los ejercicios de autoevaluación.

Estudio personal Tiene como objetivo asimilar los materiales y temas presentados en las clases y preparar posibles dudas a resolver en las tutorías, realización de actividades de aprendizaje virtual y preparación de exámenes.

Lecturas recomendadas y búsqueda de información Lectura y síntesis de las lecturas recomendadas por los profesores y de aquellas que el alumno pueda buscar por su cuenta. Este proceso resulta vital para una correcta preparación de los ejercicios, casos y trabajos propuestos en clase y para que el alumno acceda a fuentes de información relevante, en especial revistas y periódicos de actualidad empresarial, que se familiaricen con autores destacados, y desarrollen la capacidad de análisis, síntesis y argumentación.

Resolución de ejercicios y casos prácticos y realización de trabajos Resolución de ejercicios y casos prácticos, y realización de trabajos prácticos y teóricos propuestos, tanto individuales como en grupo

5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Desarrollo de un trabajo teórico. Al término de la materia, el alumno deberá realizar, individualmente o en grupo, un trabajo teórico.	70.0	70.0
Participación del alumno en la asignatura. La participación del alumno en las diversas actividades formativas que conforman la materia se evaluará según la participación del alumno en los mecanismos de tutorización (chats, foros, videoconferencias, etc.).	30.0	30.0

NIVEL 2: Innovación y creatividad aplicada a la generación de valor

5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2

CARÁCTER	Obligatoria
----------	-------------

ECTS NIVEL 2		3
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
3		
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
Industrias creativas. Actividades de soporte. Materias primas y materiales. Transporte y movilidad. Sistemas de información e interpretación de los productos. Sistemas de medición de flujos turísticos y TICs al servicio del territorio. Herramientas TIC, Técnicas y Casos de estudio aplicado al sector turístico.		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
G3 - Adquirir habilidades mediante el proceso de enseñanza-aprendizaje que les permita seguir autoformándose en los ámbitos de la innovación y el marketing.		
G4 - Adquirir y consolidar la iniciativa y el espíritu emprendedor para poner en marcha proyectos relacionados con la innovación y el marketing en el sector turístico.		
G5 - Ser capaces de buscar y sistematizar información proveniente de diversas fuentes, interpretar los resultados obtenidos y elaborar informes.		
G1 - Saber aplicar los conocimientos adquiridos y poseer capacidad de resolución de problemas relacionados con la innovación y el marketing dentro del sector turístico.		
G2 - Ser capaces de formular reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas que tienen lugar dentro del sector turístico integrando el conocimiento y la información.		
CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación		
CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio		
CB8 - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios		
CB9 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades		
CB10 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		

No existen datos

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CEM6 - Saber aplicar las diferentes técnicas avanzadas en alta dirección estratégica y operativa orientados al diseño de productos y "microproductos" turísticos (gastronómicos, patrimoniales, culturales, etc...) basados en la innovación y la competitividad.

CEM7 - Ser capaz de identificar y gestionar procesos clave y mejora continua de procesos.

CEM8 - Saber aplicar las diferentes herramientas de gestión de negocio en el sector turístico, prestando especial atención al partenariado y otros sistemas colaborativos, las TIC y la medición con indicadores.

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Clase en el aula	13.5	60
Tutorías	4.5	20
Evaluación en el aula	4.5	20
Estudio Personal	23.6	0
Lecturas recomendadas y búsqueda de información	13.1	0
Resolución de ejercicios y casos prácticos y realización de trabajos	15.7	0

5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES

Clases en el aula Exposición de contenidos por parte del profesor, análisis de competencias, explicación y demostración de capacidades, habilidades y conocimientos en el aula o a través de medios audiovisuales. Las presentaciones estarán a disposición del alumnado en el campus virtual en fecha previa a la de su exposición en clase.

Tutorías Se realizarán tutorías individualizadas y en grupos reducidos para aclarar dudas o problemas planteados en el proceso de aprendizaje, dirigir trabajos, revisar y discutir los materiales y temas presentados en las clases, orientar al alumnado acerca de los trabajos, ejercicios, casos y lecturas a realizar, afianzar conocimientos, comprobar la evolución en el aprendizaje de los alumnos, y proporcionar retroalimentación sobre los resultados de ese proceso.

Evaluación en el aula Se realizarán todas las actividades necesarias para evaluar a los alumnos en clase a través de los resultados de aprendizaje en que se concretan las competencias adquiridas por el alumno en la materia, fomentando si se considera oportuno los ejercicios de autoevaluación.

Estudio personal Tiene como objetivo asimilar los materiales y temas presentados en las clases y preparar posibles dudas a resolver en las tutorías, realización de actividades de aprendizaje virtual y preparación de exámenes.

Lecturas recomendadas y búsqueda de información Lectura y síntesis de las lecturas recomendadas por los profesores y de aquellas que el alumno pueda buscar por su cuenta. Este proceso resulta vital para una correcta preparación de los ejercicios, casos y trabajos propuestos en clase y para que el alumno acceda a fuentes de información relevante, en especial revistas y periódicos de actualidad empresarial, que se familiaricen con autores destacados, y desarrollen la capacidad de análisis, síntesis y argumentación.

Resolución de ejercicios y casos prácticos y realización de trabajos Resolución de ejercicios y casos prácticos, y realización de trabajos prácticos y teóricos propuestos, tanto individuales como en grupo

5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Desarrollo de un trabajo teórico. Al término de la materia, el alumno deberá realizar, individualmente o en grupo, un trabajo teórico.	70.0	70.0
Participación del alumno en la asignatura. La participación del alumno en las diversas actividades formativas que conforman la materia se evaluará según la participación del alumno en los mecanismos de tutorización (chats, foros, videoconferencias, etc.).	30.0	30.0

NIVEL 2: Innovación en los procesos turísticos

5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2

CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	3	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
3		
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
Identificación y gestión de procesos clave. Modelos de mejora de procesos; Deming y Plan-Do-Check-Act. Modelo Canvas. Las TIC aplicadas a los procesos turísticos. Casos de estudio aplicado al sector turístico. Concepto y planificación de la intervención en los procesos turísticos.		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
G3 - Adquirir habilidades mediante el proceso de enseñanza-aprendizaje que les permita seguir autoformándose en los ámbitos de la innovación y el marketing.		
G4 - Adquirir y consolidar la iniciativa y el espíritu emprendedor para poner en marcha proyectos relacionados con la innovación y el marketing en el sector turístico.		
G5 - Ser capaces de buscar y sistematizar información proveniente de diversas fuentes, interpretar los resultados obtenidos y elaborar informes.		
G1 - Saber aplicar los conocimientos adquiridos y poseer capacidad de resolución de problemas relacionados con la innovación y el marketing dentro del sector turístico.		
G2 - Ser capaces de formular reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas que tienen lugar dentro del sector turístico integrando el conocimiento y la información.		
CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación		
CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio		
CB8 - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios		
CB9 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades		
CB10 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.		

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

No existen datos

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CEM6 - Saber aplicar las diferentes técnicas avanzadas en alta dirección estratégica y operativa orientados al diseño de productos y "microproductos" turísticos (gastronómicos, patrimoniales, culturales, etc...) basados en la innovación y la competitividad.

CEM7 - Ser capaz de identificar y gestionar procesos clave y mejora continua de procesos.

CEM8 - Saber aplicar las diferentes herramientas de gestión de negocio en el sector turístico, prestando especial atención al partenariado y otros sistemas colaborativos, las TIC y la medición con indicadores.

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Clase en el aula	13.5	60
Tutorías	4.5	20
Evaluación en el aula	4.5	20
Estudio Personal	23.6	0
Lecturas recomendadas y búsqueda de información	13.1	0
Resolución de ejercicios y casos prácticos y realización de trabajos	15.7	0

5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES

Clases en el aula Exposición de contenidos por parte del profesor, análisis de competencias, explicación y demostración de capacidades, habilidades y conocimientos en el aula o a través de medios audiovisuales. Las presentaciones estarán a disposición del alumnado en el campus virtual en fecha previa a la de su exposición en clase.

Tutorías Se realizarán tutorías individualizadas y en grupos reducidos para aclarar dudas o problemas planteados en el proceso de aprendizaje, dirigir trabajos, revisar y discutir los materiales y temas presentados en las clases, orientar al alumnado acerca de los trabajos, ejercicios, casos y lecturas a realizar, afianzar conocimientos, comprobar la evolución en el aprendizaje de los alumnos, y proporcionar retroalimentación sobre los resultados de ese proceso.

Estudio personal Tiene como objetivo asimilar los materiales y temas presentados en las clases y preparar posibles dudas a resolver en las tutorías, realización de actividades de aprendizaje virtual y preparación de exámenes.

Lecturas recomendadas y búsqueda de información Lectura y síntesis de las lecturas recomendadas por los profesores y de aquellas que el alumno pueda buscar por su cuenta. Este proceso resulta vital para una correcta preparación de los ejercicios, casos y trabajos propuestos en clase y para que el alumno acceda a fuentes de información relevante, en especial revistas y periódicos de actualidad empresarial, que se familiaricen con autores destacados, y desarrollen la capacidad de análisis, síntesis y argumentación.

Resolución de ejercicios y casos prácticos y realización de trabajos Resolución de ejercicios y casos prácticos, y realización de trabajos prácticos y teóricos propuestos, tanto individuales como en grupo

Evaluación (Modalidad a Distancia) Se realizarán todas la actividades necesarias para evaluar a los estudiantes a través de los resultados de aprendizaje en que se concretan las competencias adquiridas por el alumno en cada materia, fomentando si se considera oportuno los ejercicios de autoevaluación. Todos los procesos de evaluación de los estudiantes siguen un riguroso mecanismo de control para identificar a los estudiantes que cursan los estudios de postgrado del Máster en Dirección de Marketing e Innovación Turística. En el caso de los sistemas de evaluación que son presenciales, los alumnos deben presentarse con el Documento Nacional de Identidad. Para los que no son presenciales, los alumnos cuentan con el soporte de trabajo de la Universidad (verificado por ANECA en los títulos que tienen modalidad a distancia/semipresencial) a través del Campus Virtual.

5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Desarrollo de un trabajo teórico. Al término de la materia, el alumno deberá realizar, individualmente o en grupo, un trabajo teórico.	70.0	70.0
Participación del alumno en la materia. La participación del alumno en las diversas actividades formativas que conforman la materia se evaluará a través de la entrega y corrección de ejercicios, trabajos,	30.0	30.0

casos prácticos y/o problemas, realizados individualmente y/o en grupo; la defensa pública de algunos de estos trabajos, y la participación en chats y foros de debate.		
NIVEL 2: Innovación aplicada a la gestión de negocio turístico		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	3	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
3		
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
<p>Partenariados y sistemas colaborativos. Cluster de innovación. Metodologías e indicadores. Herramientas TIC aplicadas a la gestión, la sostenibilidad, el control de consumos, mantenimiento de instalaciones en "Smart cities". Internet y los nuevos modelos de negocio en el sector turístico. Creación, gestión, mantenimiento, posicionamiento, de sitios webs del sector turístico. Fuentes de innovación en el mercado turístico. Externalización de procesos. Innovación en la gestión con proveedores y clientes. Innovación aplicada a la comercialización turística. Innovación en recursos humanos. Casos de Estudio.</p>		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
G3 - Adquirir habilidades mediante el proceso de enseñanza-aprendizaje que les permita seguir autoformándose en los ámbitos de la innovación y el marketing.		
G4 - Adquirir y consolidar la iniciativa y el espíritu emprendedor para poner en marcha proyectos relacionados con la innovación y el marketing en el sector turístico.		
G5 - Ser capaces de buscar y sistematizar información proveniente de diversas fuentes, interpretar los resultados obtenidos y elaborar informes.		
G1 - Saber aplicar los conocimientos adquiridos y poseer capacidad de resolución de problemas relacionados con la innovación y el marketing dentro del sector turístico.		
G2 - Ser capaces de formular reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas que tienen lugar dentro del sector turístico integrando el conocimiento y la información.		
CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación		
CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio		

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

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

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

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

No existen datos

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CEM6 - Saber aplicar las diferentes técnicas avanzadas en alta dirección estratégica y operativa orientados al diseño de productos y "microproductos" turísticos (gastronómicos, patrimoniales, culturales, etc...) basados en la innovación y la competitividad.

CEM7 - Ser capaz de identificar y gestionar procesos clave y mejora continua de procesos.

CEM8 - Saber aplicar las diferentes herramientas de gestión de negocio en el sector turístico, prestando especial atención al partenariado y otros sistemas colaborativos, las TIC y la medición con indicadores.

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Clase en el aula	13.5	60
Tutorías	4.5	20
Evaluación en el aula	4.5	20
Estudio Personal	23.5	0
Lecturas recomendadas y búsqueda de información	13.1	0
Resolución de ejercicios y casos prácticos y realización de trabajos	15.7	0

5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES

Clases en el aula Exposición de contenidos por parte del profesor, análisis de competencias, explicación y demostración de capacidades, habilidades y conocimientos en el aula o a través de medios audiovisuales. Las presentaciones estarán a disposición del alumnado en el campus virtual en fecha previa a la de su exposición en clase.

Tutorías Se realizarán tutorías individualizadas y en grupos reducidos para aclarar dudas o problemas planteados en el proceso de aprendizaje, dirigir trabajos, revisar y discutir los materiales y temas presentados en las clases, orientar al alumnado acerca de los trabajos, ejercicios, casos y lecturas a realizar, afianzar conocimientos, comprobar la evolución en el aprendizaje de los alumnos, y proporcionar retroalimentación sobre los resultados de ese proceso.

Estudio personal Tiene como objetivo asimilar los materiales y temas presentados en las clases y preparar posibles dudas a resolver en las tutorías, realización de actividades de aprendizaje virtual y preparación de exámenes.

Lecturas recomendadas y búsqueda de información Lectura y síntesis de las lecturas recomendadas por los profesores y de aquellas que el alumno pueda buscar por su cuenta. Este proceso resulta vital para una correcta preparación de los ejercicios, casos y trabajos propuestos en clase y para que el alumno acceda a fuentes de información relevante, en especial revistas y periódicos de actualidad empresarial, que se familiaricen con autores destacados, y desarrollen la capacidad de análisis, síntesis y argumentación.

Resolución de ejercicios y casos prácticos y realización de trabajos Resolución de ejercicios y casos prácticos, y realización de trabajos prácticos y teóricos propuestos, tanto individuales como en grupo

Evaluación (Modalidad Presencial). Se realizarán todas la actividades necesarias para evaluar a los estudiantes a través de los resultados de aprendizaje en que se concretan las competencias adquiridas por el alumno en cada materia, fomentando si se considera oportuno los ejercicios de autoevaluación.

5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Desarrollo de un trabajo teórico. Al término de la materia, el alumno deberá realizar, individualmente o en grupo, un trabajo teórico.	70.0	70.0

Participación del alumno en la materia. La participación del alumno en las diversas actividades formativas que conforman la materia se evaluará a través de la entrega y corrección de ejercicios, trabajos, casos prácticos y/o problemas, realizados individualmente y/o en grupo; la defensa pública de algunos de estos trabajos, y la participación en chats y foros de debate.	30.0	30.0
5.5 NIVEL 1: GESTIÓN DE LA INNOVACIÓN EN EL SECTOR TURÍSTICO (Modalidad a Distancia)		
5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1		
NIVEL 2: La innovación aplicada a los modelos de negocio (Modalidad a Distancia)		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	3	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
3		
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
Generación de conocimiento. Las TIC como soporte a la innovación en los modelos de negocio.		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
G3 - Adquirir habilidades mediante el proceso de enseñanza-aprendizaje que les permita seguir autoformándose en los ámbitos de la innovación y el marketing.		
G4 - Adquirir y consolidar la iniciativa y el espíritu emprendedor para poner en marcha proyectos relacionados con la innovación y el marketing en el sector turístico.		
G5 - Ser capaces de buscar y sistematizar información proveniente de diversas fuentes, interpretar los resultados obtenidos y elaborar informes.		
G1 - Saber aplicar los conocimientos adquiridos y poseer capacidad de resolución de problemas relacionados con la innovación y el marketing dentro del sector turístico.		

G2 - Ser capaces de formular reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas que tienen lugar dentro del sector turístico integrando el conocimiento y la información.

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

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

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

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

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

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

No existen datos

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CEM8 - Saber aplicar las diferentes herramientas de gestión de negocio en el sector turístico, prestando especial atención al partenariado y otros sistemas colaborativos, las TIC y la medición con indicadores.

CEM5 - Saber crear el marco empresarial necesario para favorecer el desarrollo de la cultura de innovación en la empresa.

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Tutorías	11.2	100
Estudio Personal	26.2	0
Lecturas recomendadas y búsqueda de información	7.5	0
Resolución de ejercicios y casos prácticos y realización de trabajos	22.5	0
Evaluación	7.5	0

5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES

Tutorías Se realizarán tutorías individualizadas y en grupos reducidos para aclarar dudas o problemas planteados en el proceso de aprendizaje, dirigir trabajos, revisar y discutir los materiales y temas presentados en las clases, orientar al alumnado acerca de los trabajos, ejercicios, casos y lecturas a realizar, afianzar conocimientos, comprobar la evolución en el aprendizaje de los alumnos, y proporcionar retroalimentación sobre los resultados de ese proceso.

Estudio personal Tiene como objetivo asimilar los materiales y temas presentados en las clases y preparar posibles dudas a resolver en las tutorías, realización de actividades de aprendizaje virtual y preparación de exámenes.

Lecturas recomendadas y búsqueda de información Lectura y síntesis de las lecturas recomendadas por los profesores y de aquellas que el alumno pueda buscar por su cuenta. Este proceso resulta vital para una correcta preparación de los ejercicios, casos y trabajos propuestos en clase y para que el alumno acceda a fuentes de información relevante, en especial revistas y periódicos de actualidad empresarial, que se familiaricen con autores destacados, y desarrollen la capacidad de análisis, síntesis y argumentación.

Resolución de ejercicios y casos prácticos y realización de trabajos Resolución de ejercicios y casos prácticos, y realización de trabajos prácticos y teóricos propuestos, tanto individuales como en grupo

Evaluación (Modalidad a Distancia) Se realizarán todas la actividades necesarias para evaluar a los estudiantes a través de los resultados de aprendizaje en que se concretan las competencias adquiridas por el alumno en cada materia, fomentando si se considera oportuno los ejercicios de autoevaluación. Todos los procesos de evaluación de los estudiantes siguen un riguroso mecanismo de control para identificar a los estudiantes que cursan los estudios de postgrado del Máster en Dirección de Marketing e Innovación Turística. En el caso de los sistemas de evaluación que son presenciales, los alumnos deben presentarse con el Documento Nacional de Identidad. Para los que no son presenciales, los alumnos cuentan con el soporte de trabajo de la Universidad (verificado por ANECA en los títulos que tienen modalidad a distancia/semipresencial) a través del Campus Virtual.

5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Realización de trabajos. Se evaluará mediante la entrega y corrección de	70.0	70.0

ejercicios, trabajos, casos prácticos y/o problemas.		
Participación del alumno en la asignatura. La participación del alumno en las diversas actividades formativas que conforman la materia se evaluará según la participación del alumno en los mecanismos de tutorización (chats, foros, videoconferencias, etc.).	30.0	30.0
NIVEL 2: Innovación y creatividad aplicada a la generación de valor (Modalidad a Distancia)		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	3	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
3		
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
Industrias creativas. Actividades de soporte. Materias primas y materiales. Transporte y movilidad. Sistemas de información e interpretación de los productos. Sistemas de medición de flujos turísticos y TICs al servicio del territorio. Herramientas TIC, Técnicas y Casos de estudio aplicado al sector turístico.		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
G3 - Adquirir habilidades mediante el proceso de enseñanza-aprendizaje que les permita seguir autoformándose en los ámbitos de la innovación y el marketing.		
G4 - Adquirir y consolidar la iniciativa y el espíritu emprendedor para poner en marcha proyectos relacionados con la innovación y el marketing en el sector turístico.		
G5 - Ser capaces de buscar y sistematizar información proveniente de diversas fuentes, interpretar los resultados obtenidos y elaborar informes.		
G1 - Saber aplicar los conocimientos adquiridos y poseer capacidad de resolución de problemas relacionados con la innovación y el marketing dentro del sector turístico.		
G2 - Ser capaces de formular reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas que tienen lugar dentro del sector turístico integrando el conocimiento y la información.		

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

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

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

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

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

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

No existen datos

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CEM6 - Saber aplicar las diferentes técnicas avanzadas en alta dirección estratégica y operativa orientados al diseño de productos y "microproductos" turísticos (gastronómicos, patrimoniales, culturales, etc...) basados en la innovación y la competitividad.

CEM7 - Ser capaz de identificar y gestionar procesos clave y mejora continua de procesos.

CEM8 - Saber aplicar las diferentes herramientas de gestión de negocio en el sector turístico, prestando especial atención al partenariado y otros sistemas colaborativos, las TIC y la medición con indicadores.

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Tutorías	11.2	100
Estudio Personal	26.2	0
Lecturas recomendadas y búsqueda de información	7.5	0
Resolución de ejercicios y casos prácticos y realización de trabajos	22.5	0
Evaluación	7.5	0

5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES

Tutorías Se realizarán tutorías individualizadas y en grupos reducidos para aclarar dudas o problemas planteados en el proceso de aprendizaje, dirigir trabajos, revisar y discutir los materiales y temas presentados en las clases, orientar al alumnado acerca de los trabajos, ejercicios, casos y lecturas a realizar, afianzar conocimientos, comprobar la evolución en el aprendizaje de los alumnos, y proporcionar retroalimentación sobre los resultados de ese proceso.

Estudio personal Tiene como objetivo asimilar los materiales y temas presentados en las clases y preparar posibles dudas a resolver en las tutorías, realización de actividades de aprendizaje virtual y preparación de exámenes.

Lecturas recomendadas y búsqueda de información Lectura y síntesis de las lecturas recomendadas por los profesores y de aquellas que el alumno pueda buscar por su cuenta. Este proceso resulta vital para una correcta preparación de los ejercicios, casos y trabajos propuestos en clase y para que el alumno acceda a fuentes de información relevante, en especial revistas y periódicos de actualidad empresarial, que se familiaricen con autores destacados, y desarrollen la capacidad de análisis, síntesis y argumentación.

Resolución de ejercicios y casos prácticos y realización de trabajos Resolución de ejercicios y casos prácticos, y realización de trabajos prácticos y teóricos propuestos, tanto individuales como en grupo

Evaluación (Modalidad a Distancia) Se realizarán todas la actividades necesarias para evaluar a los estudiantes a través de los resultados de aprendizaje en que se concretan las competencias adquiridas por el alumno en cada materia, fomentando si se considera oportuno los ejercicios de autoevaluación. Todos los procesos de evaluación de los estudiantes siguen un riguroso mecanismo de control para identificar a los estudiantes que cursan los estudios de postgrado del Máster en Dirección de Marketing e Innovación Turística. En el caso de los sistemas de evaluación que son presenciales, los alumnos deben presentarse con el Documento Nacional de Identidad. Para los que no son presenciales, los alumnos cuentan con el soporte de trabajo de la Universidad (verificado por ANECA en los títulos que tienen modalidad a distancia/semipresencial) a través del Campus Virtual.

5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Realización de trabajos. Se evaluará mediante la entrega y corrección de	70.0	70.0

ejercicios, trabajos, casos prácticos y/o problemas.		
Participación del alumno en la asignatura. La participación del alumno en las diversas actividades formativas que conforman la materia se evaluará según la participación del alumno en los mecanismos de tutorización (chats, foros, videoconferencias, etc.).	30.0	30.0
NIVEL 2: Innovación en los procesos (Modalidad a Distancia)		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	3	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
3		
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
Identificación y gestión de procesos clave. Modelos de mejora continua: Deming y Plan-Do-Check-Act. Modelo Canvas. Las TIC aplicadas a los procesos turísticos. Casos de estudio aplicado al sector turístico. Concepto y planificación de la intervención en los procesos turísticos.		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
G3 - Adquirir habilidades mediante el proceso de enseñanza-aprendizaje que les permita seguir autoformándose en los ámbitos de la innovación y el marketing.		
G4 - Adquirir y consolidar la iniciativa y el espíritu emprendedor para poner en marcha proyectos relacionados con la innovación y el marketing en el sector turístico.		
G5 - Ser capaces de buscar y sistematizar información proveniente de diversas fuentes, interpretar los resultados obtenidos y elaborar informes.		
G1 - Saber aplicar los conocimientos adquiridos y poseer capacidad de resolución de problemas relacionados con la innovación y el marketing dentro del sector turístico.		
G2 - Ser capaces de formular reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas que tienen lugar dentro del sector turístico integrando el conocimiento y la información.		

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

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

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

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

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

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

No existen datos

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CEM6 - Saber aplicar las diferentes técnicas avanzadas en alta dirección estratégica y operativa orientados al diseño de productos y "microproductos" turísticos (gastronómicos, patrimoniales, culturales, etc...) basados en la innovación y la competitividad.

CEM7 - Ser capaz de identificar y gestionar procesos clave y mejora continua de procesos.

CEM8 - Saber aplicar las diferentes herramientas de gestión de negocio en el sector turístico, prestando especial atención al partenariado y otros sistemas colaborativos, las TIC y la medición con indicadores.

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Tutorías	11.2	100
Estudio Personal	26.2	0
Lecturas recomendadas y búsqueda de información	7.5	0
Resolución de ejercicios y casos prácticos y realización de trabajos	22.5	0
Evaluación	7.5	0

5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES

Estudio personal Tiene como objetivo asimilar los materiales y temas presentados en las clases y preparar posibles dudas a resolver en las tutorías, realización de actividades de aprendizaje virtual y preparación de exámenes.

Lecturas recomendadas y búsqueda de información Lectura y síntesis de las lecturas recomendadas por los profesores y de aquellas que el alumno pueda buscar por su cuenta. Este proceso resulta vital para una correcta preparación de los ejercicios, casos y trabajos propuestos en clase y para que el alumno acceda a fuentes de información relevante, en especial revistas y periódicos de actualidad empresarial, que se familiaricen con autores destacados, y desarrollen la capacidad de análisis, síntesis y argumentación.

Resolución de ejercicios y casos prácticos y realización de trabajos Resolución de ejercicios y casos prácticos, y realización de trabajos prácticos y teóricos propuestos, tanto individuales como en grupo

Tutorías Participación del estudiante en los distintos mecanismos de tutorización: tutorías, chat, foros/debates, ejercicios de autoevaluación y videoconferencias.

Evaluación (Modalidad a Distancia) Se realizarán todas la actividades necesarias para evaluar a los estudiantes a través de los resultados de aprendizaje en que se concretan las competencias adquiridas por el alumno en cada materia, fomentando si se considera oportuno los ejercicios de autoevaluación. Todos los procesos de evaluación de los estudiantes siguen un riguroso mecanismo de control para identificar a los estudiantes que cursan los estudios de postgrado del Máster en Dirección de Marketing e Innovación Turística. En el caso de los sistemas de evaluación que son presenciales, los alumnos deben presentarse con el Documento Nacional de Identidad. Para los que no son presenciales, los alumnos cuentan con el soporte de trabajo de la Universidad (verificado por ANECA en los títulos que tienen modalidad a distancia/semipresencial) a través del Campus Virtual.

5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Realización de trabajos. Se evaluará mediante la entrega y corrección de	70.0	70.0

ejercicios, trabajos, casos prácticos y/o problemas.		
Participación del alumno en la asignatura. La participación del alumno en las diversas actividades formativas que conforman la materia se evaluará según la participación del alumno en los mecanismos de tutorización (chats, foros, videoconferencias, etc.).	30.0	30.0
NIVEL 2: Innovación aplicada a la gestión de negocio (Modalidad a Distancia)		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	3	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
3		
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
<p>Partenariados y sistemas colaborativos. Cluster de innovación. Metodologías e indicadores. Herramientas TIC aplicadas a la gestión, la sostenibilidad, el control de consumos, mantenimiento de instalaciones en "Smart cities". Internet y los nuevos modelos de negocio en el sector turístico. Creación, gestión, mantenimiento, posicionamiento, de sitios webs del sector turístico. Fuentes de innovación en el mercado turístico. Externalización de procesos. Innovación en la gestión con proveedores y clientes. Innovación aplicada a la comercialización turística. Innovación en recursos humanos. Casos de Estudio.</p>		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
G3 - Adquirir habilidades mediante el proceso de enseñanza-aprendizaje que les permita seguir autoformándose en los ámbitos de la innovación y el marketing.		
G4 - Adquirir y consolidar la iniciativa y el espíritu emprendedor para poner en marcha proyectos relacionados con la innovación y el marketing en el sector turístico.		
G5 - Ser capaces de buscar y sistematizar información proveniente de diversas fuentes, interpretar los resultados obtenidos y elaborar informes.		
G1 - Saber aplicar los conocimientos adquiridos y poseer capacidad de resolución de problemas relacionados con la innovación y el marketing dentro del sector turístico.		

G2 - Ser capaces de formular reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas que tienen lugar dentro del sector turístico integrando el conocimiento y la información.

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

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

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

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

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

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

No existen datos

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CEM6 - Saber aplicar las diferentes técnicas avanzadas en alta dirección estratégica y operativa orientados al diseño de productos y "microproductos" turísticos (gastronómicos, patrimoniales, culturales, etc...) basados en la innovación y la competitividad.

CEM7 - Ser capaz de identificar y gestionar procesos clave y mejora continua de procesos.

CEM8 - Saber aplicar las diferentes herramientas de gestión de negocio en el sector turístico, prestando especial atención al partenariado y otros sistemas colaborativos, las TIC y la medición con indicadores.

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Tutorías	11.2	100
Estudio Personal	26.2	0
Lecturas recomendadas y búsqueda de información	7.5	0
Resolución de ejercicios y casos prácticos y realización de trabajos	22.5	0
Evaluación	7.5	0

5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES

Estudio personal Tiene como objetivo asimilar los materiales y temas presentados en las clases y preparar posibles dudas a resolver en las tutorías, realización de actividades de aprendizaje virtual y preparación de exámenes.

Lecturas recomendadas y búsqueda de información Lectura y síntesis de las lecturas recomendadas por los profesores y de aquellas que el alumno pueda buscar por su cuenta. Este proceso resulta vital para una correcta preparación de los ejercicios, casos y trabajos propuestos en clase y para que el alumno acceda a fuentes de información relevante, en especial revistas y periódicos de actualidad empresarial, que se familiaricen con autores destacados, y desarrollen la capacidad de análisis, síntesis y argumentación.

Resolución de ejercicios y casos prácticos y realización de trabajos Resolución de ejercicios y casos prácticos, y realización de trabajos prácticos y teóricos propuestos, tanto individuales como en grupo

Tutorías Participación del estudiante en los distintos mecanismos de tutorización: tutorías, chat, foros/debates, ejercicios de autoevaluación y videoconferencias.

Evaluación (Modalidad a Distancia) Se realizarán todas la actividades necesarias para evaluar a los estudiantes a través de los resultados de aprendizaje en que se concretan las competencias adquiridas por el alumno en cada materia, fomentando si se considera oportuno los ejercicios de autoevaluación. Todos los procesos de evaluación de los estudiantes siguen un riguroso mecanismo de control para identificar a los estudiantes que cursan los estudios de postgrado del Máster en Dirección de Marketing e Innovación Turística. En el caso de los sistemas de evaluación que son presenciales, los alumnos deben presentarse con el Documento Nacional de Identidad. Para los que no son presenciales, los alumnos cuentan con el soporte de trabajo de la Universidad (verificado por ANECA en los títulos que tienen modalidad a distancia/semipresencial) a través del Campus Virtual.

5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
-----------------------	--------------------	--------------------

Realización de trabajos. Se evaluará mediante la entrega y corrección de ejercicios, trabajos, casos prácticos y/o problemas.	70.0	70.0
Participación del alumno en la asignatura. La participación del alumno en las diversas actividades formativas que conforman la materia se evaluará según la participación del alumno en los mecanismos de tutorización (chats, foros, videoconferencias, etc.).	30.0	30.0
5.5 NIVEL 1: TECNOLOGÍAS APLICADAS AL SECTOR TURÍSTICO		
5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1		
NIVEL 2: Tecnologías aplicadas al turismo		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	6	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	6	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
Taxonomía de las tecnologías. Mainframes y tecnologías (webs semántica, cloud computing, etc). Sistemas inteligentes: georeferenciación (geolocalización), internet de las cosas. Tecnología aplicada a las "Smart cities", "Smart destinations". Técnicas y sistemas visuales. Realidad aumentada, etc. Big Data /Open Data. Tecnología móvil. Casos de estudio.		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
G3 - Adquirir habilidades mediante el proceso de enseñanza-aprendizaje que les permita seguir autoformándose en los ámbitos de la innovación y el marketing.		
G4 - Adquirir y consolidar la iniciativa y el espíritu emprendedor para poner en marcha proyectos relacionados con la innovación y el marketing en el sector turístico.		
G5 - Ser capaces de buscar y sistematizar información proveniente de diversas fuentes, interpretar los resultados obtenidos y elaborar informes.		

G1 - Saber aplicar los conocimientos adquiridos y poseer capacidad de resolución de problemas relacionados con la innovación y el marketing dentro del sector turístico.

G2 - Ser capaces de formular reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas que tienen lugar dentro del sector turístico integrando el conocimiento y la información.

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

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

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

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

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

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

No existen datos

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CEM9 - Conocer las nuevas tendencias digitales en los modelos de gestión y negocio en el sector turístico y, en concreto, del geomarketing, smart cities, internet de la cosas y distribución y personalización de productos turísticos on line.

CEM10 - Conocer los conceptos de una cultura, actitudes y comportamientos orientados a la innovación y el marketing en el sector turístico.

CEM11 - Saber aplicar herramientas de búsqueda, tales como, big data y plataformas digitales para el almacenamiento y gestión de la información turística.

CEM12 - Conocer las tecnologías presentes susceptibles de ser aplicadas a los dispositivos móviles en un futuro inmediato en el marketing turístico.

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Clase en el aula	27	60
Tutorías	9	20
Evaluación en el aula	9	20
Estudio Personal	47.2	0
Lecturas recomendadas y búsqueda de información	26.2	0
Resolución de ejercicios y casos prácticos y realización de trabajos	31.5	0

5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES

Clases en el aula Exposición de contenidos por parte del profesor, análisis de competencias, explicación y demostración de capacidades, habilidades y conocimientos en el aula o a través de medios audiovisuales. Las presentaciones estarán a disposición del alumnado en el campus virtual en fecha previa a la de su exposición en clase.

Tutorías Se realizarán tutorías individualizadas y en grupos reducidos para aclarar dudas o problemas planteados en el proceso de aprendizaje, dirigir trabajos, revisar y discutir los materiales y temas presentados en las clases, orientar al alumnado acerca de los trabajos, ejercicios, casos y lecturas a realizar, afianzar conocimientos, comprobar la evolución en el aprendizaje de los alumnos, y proporcionar retroalimentación sobre los resultados de ese proceso.

Evaluación en el aula Se realizarán todas las actividades necesarias para evaluar a los alumnos en clase a través de los resultados de aprendizaje en que se concretan las competencias adquiridas por el alumno en la materia, fomentando si se considera oportuno los ejercicios de autoevaluación.

Estudio personal Tiene como objetivo asimilar los materiales y temas presentados en las clases y preparar posibles dudas a resolver en las tutorías, realización de actividades de aprendizaje virtual y preparación de exámenes.

Lecturas recomendadas y búsqueda de información Lectura y síntesis de las lecturas recomendadas por los profesores y de aquellas que el alumno pueda buscar por su cuenta. Este proceso resulta vital para una correcta preparación de los ejercicios, casos y trabajos

propuestos en clase y para que el alumno acceda a fuentes de información relevante, en especial revistas y periódicos de actualidad empresarial, que se familiaricen con autores destacados, y desarrollen la capacidad de análisis, síntesis y argumentación.

Resolución de ejercicios y casos prácticos y realización de trabajos Resolución de ejercicios y casos prácticos, y realización de trabajos prácticos y teóricos propuestos, tanto individuales como en grupo

5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Desarrollo de un trabajo teórico. Al término de la materia, el alumno deberá realizar, individualmente o en grupo, un trabajo teórico.	70.0	70.0
Participación del alumno en la materia. La participación del alumno en las diversas actividades formativas que conforman la materia se evaluará a través de la entrega y corrección de ejercicios, trabajos, casos prácticos y/o problemas, realizados individualmente y/o en grupo; la defensa pública de algunos de estos trabajos, y la participación en chats y foros de debate.	30.0	30.0

NIVEL 2: El impulso público al desarrollo de la tecnología en turismo

5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2

CARÁCTER	Obligatoria
ECTS NIVEL 2	6

DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral

ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	6	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12

LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE

CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	

NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3

5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE

5.5.1.3 CONTENIDOS

El sistema español de ciencia e innovación y principales políticas (Plan Nacional de I+D+i, la Estrategia Estatal de Innovación): actores y oportunidades relevantes para el sector turístico. La innovación y el conocimiento en los Planes Turísticos de España: El Plan Horizonte 2020 y el Plan Nacional Integral del Turismo Español, 2012. Programas Europeos: ICT P 4 al 7; Gestión y financiación de proyectos de innovación turística. Asociaciones y Plataformas tecnológicas. Redes de conocimiento e innovación internacional.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

G3 - Adquirir habilidades mediante el proceso de enseñanza-aprendizaje que les permita seguir autoformándose en los ámbitos de la innovación y el marketing.

G4 - Adquirir y consolidar la iniciativa y el espíritu emprendedor para poner en marcha proyectos relacionados con la innovación y el marketing en el sector turístico.

G5 - Ser capaces de buscar y sistematizar información proveniente de diversas fuentes, interpretar los resultados obtenidos y elaborar informes.

G1 - Saber aplicar los conocimientos adquiridos y poseer capacidad de resolución de problemas relacionados con la innovación y el marketing dentro del sector turístico.

G2 - Ser capaces de formular reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas que tienen lugar dentro del sector turístico integrando el conocimiento y la información.

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

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

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

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

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

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

No existen datos

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CEM13 - Saber aplicar los principios de los planes de innovación nacionales e internacionales a la realidad de los diferentes entornos de trabajo en el sector turístico.

CEM14 - Ser capaz de discernir entre las diferentes tecnologías actuales aplicadas al turismo y ser capaz de elegir la más adecuada según los diferentes entornos de trabajo.

CEM15 - Tener destreza para el desarrollo de procesos tecnológicos.

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Clase en el aula	27	60
Tutorías	9	20
Evaluación en el aula	9	20
Estudio Personal	47.2	0
Lecturas recomendadas y búsqueda de información	26.2	0
Resolución de ejercicios y casos prácticos y realización de trabajos	31.5	0

5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES

Clases en el aula Exposición de contenidos por parte del profesor, análisis de competencias, explicación y demostración de capacidades, habilidades y conocimientos en el aula o a través de medios audiovisuales. Las presentaciones estarán a disposición del alumnado en el campus virtual en fecha previa a la de su exposición en clase.

Tutorías Se realizarán tutorías individualizadas y en grupos reducidos para aclarar dudas o problemas planteados en el proceso de aprendizaje, dirigir trabajos, revisar y discutir los materiales y temas presentados en las clases, orientar al alumnado acerca de los trabajos, ejercicios, casos y lecturas a realizar, afianzar conocimientos, comprobar la evolución en el aprendizaje de los alumnos, y proporcionar retroalimentación sobre los resultados de ese proceso.

Evaluación en el aula Se realizarán todas las actividades necesarias para evaluar a los alumnos en clase a través de los resultados de aprendizaje en que se concretan las competencias adquiridas por el alumno en la materia, fomentando si se considera oportuno los ejercicios de autoevaluación.

Estudio personal Tiene como objetivo asimilar los materiales y temas presentados en las clases y preparar posibles dudas a resolver en las tutorías, realización de actividades de aprendizaje virtual y preparación de exámenes.

Lecturas recomendadas y búsqueda de información Lectura y síntesis de las lecturas recomendadas por los profesores y de aquellas que el alumno pueda buscar por su cuenta. Este proceso resulta vital para una correcta preparación de los ejercicios, casos y trabajos propuestos en clase y para que el alumno acceda a fuentes de información relevante, en especial revistas y periódicos de actualidad empresarial, que se familiaricen con autores destacados, y desarrollen la capacidad de análisis, síntesis y argumentación.

Resolución de ejercicios y casos prácticos y realización de trabajos Resolución de ejercicios y casos prácticos, y realización de trabajos prácticos y teóricos propuestos, tanto individuales como en grupo

5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Desarrollo de un trabajo teórico. Al término de la materia, el alumno deberá realizar, individualmente o en grupo, un trabajo teórico.	70.0	70.0
Participación del alumno en la materia. La participación del alumno en las diversas actividades formativas que conforman la materia se evaluará a través de la entrega y corrección de ejercicios, trabajos, casos prácticos y/o problemas, realizados individualmente y/o en grupo; la defensa pública de algunos de estos trabajos, y la participación en chats y foros de debate.	30.0	30.0

5.5 NIVEL 1: TECNOLOGÍAS APLICADAS AL SECTOR TURÍSTICO (Modalidad a Distancia)

5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1

NIVEL 2: Tecnologías aplicadas al turismo (Modalidad a Distancia)

5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2

CARÁCTER	Obligatoria
ECTS NIVEL 2	6

DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral

ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	6	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12

LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE

CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	

NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3

5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE

5.5.1.3 CONTENIDOS

Taxonomía de las tecnologías. Mainframes y tecnologías (webs semántica, cloud computing, etc). Sistemas inteligentes: georeferenciación (geolocalización), internet de las cosas. Tecnología aplicada a las "Smart cities", "Smart destinations". Técnicas y sistemas visuales. Realidad aumentada, etc. Big Data /Open Data. Tecnología móvil. Casos de estudio.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

G3 - Adquirir habilidades mediante el proceso de enseñanza-aprendizaje que les permita seguir autoformándose en los ámbitos de la innovación y el marketing.

G4 - Adquirir y consolidar la iniciativa y el espíritu emprendedor para poner en marcha proyectos relacionados con la innovación y el marketing en el sector turístico.

G5 - Ser capaces de buscar y sistematizar información proveniente de diversas fuentes, interpretar los resultados obtenidos y elaborar informes.

G1 - Saber aplicar los conocimientos adquiridos y poseer capacidad de resolución de problemas relacionados con la innovación y el marketing dentro del sector turístico.

G2 - Ser capaces de formular reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas que tienen lugar dentro del sector turístico integrando el conocimiento y la información.

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

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

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

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

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

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

No existen datos

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CEM9 - Conocer las nuevas tendencias digitales en los modelos de gestión y negocio en el sector turístico y, en concreto, del geomarketing, smart cities, internet de la cosas y distribución y personalización de productos turísticos on line.

CEM10 - Conocer los conceptos de una cultura, actitudes y comportamientos orientados a la innovación y el marketing en el sector turístico.

CEM11 - Saber aplicar herramientas de búsqueda, tales como, big data y plataformas digitales para el almacenamiento y gestión de la información turística.

CEM12 - Conocer las tecnologías presentes susceptibles de ser aplicadas a los dispositivos móviles en un futuro inmediato en el marketing turístico.

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Tutorías	22.5	100
Estudio Personal	52.5	0
Lecturas recomendadas y búsqueda de información	15	0
Resolución de ejercicios y casos prácticos y realización de trabajos	45	0
Evaluación	15	0

5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES

Estudio personal Tiene como objetivo asimilar los materiales y temas presentados en las clases y preparar posibles dudas a resolver en las tutorías, realización de actividades de aprendizaje virtual y preparación de exámenes.

Lecturas recomendadas y búsqueda de información Lectura y síntesis de las lecturas recomendadas por los profesores y de aquellas que el alumno pueda buscar por su cuenta. Este proceso resulta vital para una correcta preparación de los ejercicios, casos y trabajos propuestos en clase y para que el alumno acceda a fuentes de información relevante, en especial revistas y periódicos de actualidad empresarial, que se familiaricen con autores destacados, y desarrollen la capacidad de análisis, síntesis y argumentación.

Resolución de ejercicios y casos prácticos y realización de trabajos Resolución de ejercicios y casos prácticos, y realización de trabajos prácticos y teóricos propuestos, tanto individuales como en grupo

Tutorías Participación del estudiante en los distintos mecanismos de tutorización: tutorías, chat, foros/debates, ejercicios de autoevaluación y videoconferencias.

Evaluación (Modalidad a Distancia) Se realizarán todas la actividades necesarias para evaluar a los estudiantes a través de los resultados de aprendizaje en que se concretan las competencias adquiridas por el alumno en cada materia, fomentando si se considera oportuno los ejercicios de autoevaluación. Todos los procesos de evaluación de los estudiantes siguen un riguroso mecanismo de control para identificar a los estudiantes que cursan los estudios de postgrado del Máster en Dirección de Marketing e Innovación Turística. En el caso de los sistemas de evaluación que son presenciales, los alumnos deben presentarse con el Documento Nacional de Identidad. Para los que no son presenciales, los alumnos cuentan con el soporte de trabajo de la Universidad (verificado por ANECA en los títulos que tienen modalidad a distancia/semipresencial) a través del Campus Virtual.

5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Realización de trabajos. Se evaluará mediante la entrega y corrección de ejercicios, trabajos, casos prácticos y/o problemas.	70.0	70.0
Participación del alumno en la asignatura. La participación del alumno en las diversas actividades formativas que conforman la materia se evaluará según la participación del alumno en los mecanismos de tutorización (chats, foros, videoconferencias, etc.).	30.0	30.0

NIVEL 2: El impulso público al desarrollo de la tecnología en turismo (Modalidad a Distancia)

5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2

CARÁCTER	Obligatoria
ECTS NIVEL 2	6

DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral

ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	6	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12

LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE

CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	

NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3

5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE

5.5.1.3 CONTENIDOS

El sistema español de ciencia e innovación y principales políticas (Plan Nacional de I+D+i, la Estrategia Estatal de Innovación): actores y oportunidades relevantes para el sector turístico. La innovación y el conocimiento en los Planes Turísticos de España: El Plan Horizonte 2020 y el Plan Nacional Integral del Turismo Español, 2012. Programas Europeos: ICT P 4 al 7; Gestión y financiación de proyectos de innovación turística. Asociaciones y Plataformas tecnológicas. Redes de conocimiento e innovación internacional.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

G3 - Adquirir habilidades mediante el proceso de enseñanza-aprendizaje que les permita seguir autoformándose en los ámbitos de la innovación y el marketing.

G4 - Adquirir y consolidar la iniciativa y el espíritu emprendedor para poner en marcha proyectos relacionados con la innovación y el marketing en el sector turístico.

G5 - Ser capaces de buscar y sistematizar información proveniente de diversas fuentes, interpretar los resultados obtenidos y elaborar informes.

G1 - Saber aplicar los conocimientos adquiridos y poseer capacidad de resolución de problemas relacionados con la innovación y el marketing dentro del sector turístico.

G2 - Ser capaces de formular reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas que tienen lugar dentro del sector turístico integrando el conocimiento y la información.

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

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

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

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

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

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

No existen datos

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CEM13 - Saber aplicar los principios de los planes de innovación nacionales e internacionales a la realidad de los diferentes entornos de trabajo en el sector turístico.

CEM14 - Ser capaz de discernir entre las diferentes tecnologías actuales aplicadas al turismo y ser capaz de elegir la más adecuada según los diferentes entornos de trabajo.

CEM15 - Tener destreza para el desarrollo de procesos tecnológicos.

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Tutorías	22.5	100
Estudio Personal	52.5	0
Lecturas recomendadas y búsqueda de información	15	0
Resolución de ejercicios y casos prácticos y realización de trabajos	45	0
Evaluación	15	0

5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES

Estudio personal Tiene como objetivo asimilar los materiales y temas presentados en las clases y preparar posibles dudas a resolver en las tutorías, realización de actividades de aprendizaje virtual y preparación de exámenes.

Lecturas recomendadas y búsqueda de información Lectura y síntesis de las lecturas recomendadas por los profesores y de aquellas que el alumno pueda buscar por su cuenta. Este proceso resulta vital para una correcta preparación de los ejercicios, casos y trabajos propuestos en clase y para que el alumno acceda a fuentes de información relevante, en especial revistas y periódicos de actualidad empresarial, que se familiaricen con autores destacados, y desarrollen la capacidad de análisis, síntesis y argumentación.

Resolución de ejercicios y casos prácticos y realización de trabajos Resolución de ejercicios y casos prácticos, y realización de trabajos prácticos y teóricos propuestos, tanto individuales como en grupo

Tutorías Participación del estudiante en los distintos mecanismos de tutorización: tutorías, chat, foros/debates, ejercicios de autoevaluación y videoconferencias.

Evaluación (Modalidad a Distancia) Se realizarán todas la actividades necesarias para evaluar a los estudiantes a través de los resultados de aprendizaje en que se concretan las competencias adquiridas por el alumno en cada materia, fomentando si se considera oportuno los ejercicios de autoevaluación. Todos los procesos de evaluación de los estudiantes siguen un riguroso mecanismo de control para identificar a los estudiantes que cursan los estudios de postgrado del Máster en Dirección de Marketing e Innovación Turística. En el caso de los sistemas de evaluación que son presenciales, los alumnos deben presentarse con el Documento Nacional de Identidad. Para los que no son presenciales, los alumnos cuentan con el soporte de trabajo de la Universidad (verificado por ANECA en los títulos que tienen modalidad a distancia/semipresencial) a través del Campus Virtual.

5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Realización de trabajos. Se evaluará mediante la entrega y corrección de ejercicios, trabajos, casos prácticos y/o problemas.	70.0	70.0
Participación del alumno en la asignatura. La participación del alumno en las diversas actividades formativas que conforman la materia se evaluará según la participación del alumno en los mecanismos de tutorización (chats, foros, videoconferencias, etc.).	30.0	30.0

5.5 NIVEL 1: DIRECCIÓN DE MARKETING Y BRANDING EN TURISMO

5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1

NIVEL 2: Conocimiento y gestión de clientes y mercados

5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2

CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	6	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	6	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	

NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE
5.5.1.3 CONTENIDOS
La imagen de destino como herramienta de marketing. Herramientas avanzadas de marketing para las organizaciones e instituciones turísticas. Estrategias innovadoras de marketing pull motivacionales. Estudio de los últimos sistemas y procesos de innovación e investigación para la obtención de perfiles turísticos: análisis de conglomerados. Marketing relacional y SaaS CRM. Casos de estudio de estrategias competitivas de marketing en el sector turístico.
5.5.1.4 OBSERVACIONES
5.5.1.5 COMPETENCIAS
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES
G3 - Adquirir habilidades mediante el proceso de enseñanza-aprendizaje que les permita seguir autoformándose en los ámbitos de la innovación y el marketing.
G4 - Adquirir y consolidar la iniciativa y el espíritu emprendedor para poner en marcha proyectos relacionados con la innovación y el marketing en el sector turístico.
G5 - Ser capaces de buscar y sistematizar información proveniente de diversas fuentes, interpretar los resultados obtenidos y elaborar informes.
G1 - Saber aplicar los conocimientos adquiridos y poseer capacidad de resolución de problemas relacionados con la innovación y el marketing dentro del sector turístico.
G2 - Ser capaces de formular reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas que tienen lugar dentro del sector turístico integrando el conocimiento y la información.
CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación
CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio
CB8 - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios
CB9 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades
CB10 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES
No existen datos
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS
CEM8 - Saber aplicar las diferentes herramientas de gestión de negocio en el sector turístico, prestando especial atención al partenariado y otros sistemas colaborativos, las TIC y la medición con indicadores.
CEM9 - Conocer las nuevas tendencias digitales en los modelos de gestión y negocio en el sector turístico y, en concreto, del geomarketing, smart cities, internet de las cosas y distribución y personalización de productos turísticos on line.
CEM10 - Conocer los conceptos de una cultura, actitudes y comportamientos orientados a la innovación y el marketing en el sector turístico.
CEM11 - Saber aplicar herramientas de búsqueda, tales como, big data y plataformas digitales para el almacenamiento y gestión de la información turística.
CEM12 - Conocer las tecnologías presentes susceptibles de ser aplicadas a los dispositivos móviles en un futuro inmediato en el marketing turístico.
CEM16 - Ser capaces de identificar perfiles turísticos y de desarrollar estrategias de posicionamiento para destinos y organizaciones turísticas.
CEM18 - Comprender y dominar las estrategias de marketing basadas en la innovación en el sector turístico.
CEM2 - Conocer los paradigmas/conceptos/herramientas de la innovación para el marketing de las organizaciones turísticas.
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Clase en el aula	27	60
Tutorías	9	20
Evaluación en el aula	9	20
Estudio Personal	47.2	0
Lecturas recomendadas y búsqueda de información	26.2	0
Resolución de ejercicios y casos prácticos y realización de trabajos	31.5	0

5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES

Clases en el aula Exposición de contenidos por parte del profesor, análisis de competencias, explicación y demostración de capacidades, habilidades y conocimientos en el aula o a través de medios audiovisuales. Las presentaciones estarán a disposición del alumnado en el campus virtual en fecha previa a la de su exposición en clase.

Tutorías Se realizarán tutorías individualizadas y en grupos reducidos para aclarar dudas o problemas planteados en el proceso de aprendizaje, dirigir trabajos, revisar y discutir los materiales y temas presentados en las clases, orientar al alumnado acerca de los trabajos, ejercicios, casos y lecturas a realizar, afianzar conocimientos, comprobar la evolución en el aprendizaje de los alumnos, y proporcionar retroalimentación sobre los resultados de ese proceso.

Evaluación en el aula Se realizarán todas las actividades necesarias para evaluar a los alumnos en clase a través de los resultados de aprendizaje en que se concretan las competencias adquiridas por el alumno en la materia, fomentando si se considera oportuno los ejercicios de autoevaluación.

Estudio personal Tiene como objetivo asimilar los materiales y temas presentados en las clases y preparar posibles dudas a resolver en las tutorías, realización de actividades de aprendizaje virtual y preparación de exámenes.

Lecturas recomendadas y búsqueda de información Lectura y síntesis de las lecturas recomendadas por los profesores y de aquellas que el alumno pueda buscar por su cuenta. Este proceso resulta vital para una correcta preparación de los ejercicios, casos y trabajos propuestos en clase y para que el alumno acceda a fuentes de información relevante, en especial revistas y periódicos de actualidad empresarial, que se familiaricen con autores destacados, y desarrollen la capacidad de análisis, síntesis y argumentación.

Resolución de ejercicios y casos prácticos y realización de trabajos Resolución de ejercicios y casos prácticos, y realización de trabajos prácticos y teóricos propuestos, tanto individuales como en grupo

5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Desarrollo de un trabajo teórico. Al término de la materia, el alumno deberá realizar, individualmente o en grupo, un trabajo teórico.	70.0	70.0
Participación del alumno en la materia. La participación del alumno en las diversas actividades formativas que conforman la materia se evaluará a través de la entrega y corrección de ejercicios, trabajos, casos prácticos y/o problemas, realizados individualmente y/o en grupo; la defensa pública de algunos de estos trabajos, y la participación en chats y foros de debate.	30.0	30.0

NIVEL 2: Innovación y dirección de marketing turístico

5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2

CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	6	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	6	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6

ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
Innovación en nuevos productos. Gestión de marca (Branding). Fijación de precios (Yield Management). Sistemas de Distribución (GDS). Innovación en la comunicación (web, blogs, redes sociales, buzz marketing, e-commerce: SEO, SEM, SMM). Comunicación Integrada de Marketing (CIM). Marketing Relacional y CRM.		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
G3 - Adquirir habilidades mediante el proceso de enseñanza-aprendizaje que les permita seguir autoformándose en los ámbitos de la innovación y el marketing.		
G4 - Adquirir y consolidar la iniciativa y el espíritu emprendedor para poner en marcha proyectos relacionados con la innovación y el marketing en el sector turístico.		
G5 - Ser capaces de buscar y sistematizar información proveniente de diversas fuentes, interpretar los resultados obtenidos y elaborar informes.		
G1 - Saber aplicar los conocimientos adquiridos y poseer capacidad de resolución de problemas relacionados con la innovación y el marketing dentro del sector turístico.		
G2 - Ser capaces de formular reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas que tienen lugar dentro del sector turístico integrando el conocimiento y la información.		
CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación		
CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio		
CB8 - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios		
CB9 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades		
CB10 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CEM8 - Saber aplicar las diferentes herramientas de gestión de negocio en el sector turístico, prestando especial atención al partenariado y otros sistemas colaborativos, las TIC y la medición con indicadores.		

CEM9 - Conocer las nuevas tendencias digitales en los modelos de gestión y negocio en el sector turístico y, en concreto, del geomarketing, smart cities, internet de la cosas y distribución y personalización de productos turísticos on line.

CEM10 - Conocer los conceptos de una cultura, actitudes y comportamientos orientados a la innovación y el marketing en el sector turístico.

CEM11 - Saber aplicar herramientas de búsqueda, tales como, big data y plataformas digitales para el almacenamiento y gestión de la información turística.

CEM12 - Conocer las tecnologías presentes susceptibles de ser aplicadas a los dispositivos móviles en un futuro inmediato en el marketing turístico.

CEM18 - Comprender y dominar las estrategias de marketing basadas en la innovación en el sector turístico.

CEM2 - Conocer los paradigmas/conceptos/herramientas de la innovación para el marketing de las organizaciones turísticas.

CEM19 - Conocer las estrategias de la innovación y saber aplicarlas en el diseño de productos turísticos y la gestión de marcas.

CEM20 - Conocer y aplicar la innovación en fijación de precios turísticos prestando especial atención al Yield Managment.

CEM21 - Conocer las estrategia de comunicación más apropiada para el correcto desarrollo de la imagen de una empresa u organización turística.

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Clase en el aula	27	60
Tutorías	9	20
Evaluación en el aula	9	20
Estudio Personal	47.2	0
Lecturas recomendadas y búsqueda de información	26.2	0
Resolución de ejercicios y casos prácticos y realización de trabajos	31.5	0

5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES

Clases en el aula Exposición de contenidos por parte del profesor, análisis de competencias, explicación y demostración de capacidades, habilidades y conocimientos en el aula o a través de medios audiovisuales. Las presentaciones estarán a disposición del alumnado en el campus virtual en fecha previa a la de su exposición en clase.

Tutorías Se realizarán tutorías individualizadas y en grupos reducidos para aclarar dudas o problemas planteados en el proceso de aprendizaje, dirigir trabajos, revisar y discutir los materiales y temas presentados en las clases, orientar al alumnado acerca de los trabajos, ejercicios, casos y lecturas a realizar, afianzar conocimientos, comprobar la evolución en el aprendizaje de los alumnos, y proporcionar retroalimentación sobre los resultados de ese proceso.

Evaluación en el aula Se realizarán todas las actividades necesarias para evaluar a los alumnos en clase a través de los resultados de aprendizaje en que se concretan las competencias adquiridas por el alumno en la materia, fomentando si se considera oportuno los ejercicios de autoevaluación.

Estudio personal Tiene como objetivo asimilar los materiales y temas presentados en las clases y preparar posibles dudas a resolver en las tutorías, realización de actividades de aprendizaje virtual y preparación de exámenes.

Lecturas recomendadas y búsqueda de información Lectura y síntesis de las lecturas recomendadas por los profesores y de aquellas que el alumno pueda buscar por su cuenta. Este proceso resulta vital para una correcta preparación de los ejercicios, casos y trabajos propuestos en clase y para que el alumno acceda a fuentes de información relevante, en especial revistas y periódicos de actualidad empresarial, que se familiaricen con autores destacados, y desarrollen la capacidad de análisis, síntesis y argumentación.

Resolución de ejercicios y casos prácticos y realización de trabajos Resolución de ejercicios y casos prácticos, y realización de trabajos prácticos y teóricos propuestos, tanto individuales como en grupo

5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Desarrollo de un trabajo teórico. Al término de la materia, el alumno deberá realizar, individualmente o en grupo, un trabajo teórico.	70.0	70.0
Participación del alumno en la materia. La participación del alumno en las diversas	30.0	30.0

actividades formativas que conforman la materia se evaluará a través de la entrega y corrección de ejercicios, trabajos, casos prácticos y/o problemas, realizados individualmente y/o en grupo; la defensa pública de algunos de estos trabajos, y la participación en chats y foros de debate.

5.5 NIVEL 1: DIRECCIÓN DE MARKETING Y BRANDING EN TURISMO (Modalidad a Distancia)

5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1

NIVEL 2: Conocimiento y gestión de clientes y mercados (Modalidad a Distancia)

5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2

CARÁCTER	Obligatoria
ECTS NIVEL 2	6

DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral

ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	6	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12

LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE

CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	

NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3

5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE

5.5.1.3 CONTENIDOS

La imagen de destino como herramienta de marketing. Herramientas avanzadas de marketing para las organizaciones e instituciones turísticas. Estrategias innovadoras de marketing pull motivacionales. Estudio de los últimos sistemas y procesos de innovación e investigación para la obtención de perfiles turísticos: análisis de conglomerados. Marketing relacional y SaaS CRM. Casos de estudio de estrategias competitivas de marketing en el sector turístico.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

- G3 - Adquirir habilidades mediante el proceso de enseñanza-aprendizaje que les permita seguir autoformándose en los ámbitos de la innovación y el marketing.
- G4 - Adquirir y consolidar la iniciativa y el espíritu emprendedor para poner en marcha proyectos relacionados con la innovación y el marketing en el sector turístico.
- G5 - Ser capaces de buscar y sistematizar información proveniente de diversas fuentes, interpretar los resultados obtenidos y elaborar informes.
- G1 - Saber aplicar los conocimientos adquiridos y poseer capacidad de resolución de problemas relacionados con la innovación y el marketing dentro del sector turístico.

G2 - Ser capaces de formular reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas que tienen lugar dentro del sector turístico integrando el conocimiento y la información.

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

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

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

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

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

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

No existen datos

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CEM8 - Saber aplicar las diferentes herramientas de gestión de negocio en el sector turístico, prestando especial atención al partenariado y otros sistemas colaborativos, las TIC y la medición con indicadores.

CEM9 - Conocer las nuevas tendencias digitales en los modelos de gestión y negocio en el sector turístico y, en concreto, del geomarketing, smart cities, internet de la cosas y distribución y personalización de productos turísticos on line.

CEM10 - Conocer los conceptos de una cultura, actitudes y comportamientos orientados a la innovación y el marketing en el sector turístico.

CEM11 - Saber aplicar herramientas de búsqueda, tales como, big data y plataformas digitales para el almacenamiento y gestión de la información turística.

CEM12 - Conocer las tecnologías presentes susceptibles de ser aplicadas a los dispositivos móviles en un futuro inmediato en el marketing turístico.

CEM16 - Ser capaces de identificar perfiles turísticos y de desarrollar estrategias de posicionamiento para destinos y organizaciones turísticas.

CEM18 - Comprender y dominar las estrategias de marketing basadas en la innovación en el sector turístico.

CEM2 - Conocer los paradigmas/conceptos/herramientas de la innovación para el marketing de las organizaciones turísticas.

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Tutorías	22.5	100
Estudio Personal	52.5	0
Lecturas recomendadas y búsqueda de información	15	0
Resolución de ejercicios y casos prácticos y realización de trabajos	45	0
Evaluación	15	0

5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES

Estudio personal Tiene como objetivo asimilar los materiales y temas presentados en las clases y preparar posibles dudas a resolver en las tutorías, realización de actividades de aprendizaje virtual y preparación de exámenes.

Lecturas recomendadas y búsqueda de información Lectura y síntesis de las lecturas recomendadas por los profesores y de aquellas que el alumno pueda buscar por su cuenta. Este proceso resulta vital para una correcta preparación de los ejercicios, casos y trabajos propuestos en clase y para que el alumno acceda a fuentes de información relevante, en especial revistas y periódicos de actualidad empresarial, que se familiaricen con autores destacados, y desarrollen la capacidad de análisis, síntesis y argumentación.

Resolución de ejercicios y casos prácticos y realización de trabajos Resolución de ejercicios y casos prácticos, y realización de trabajos prácticos y teóricos propuestos, tanto individuales como en grupo

Tutorías Participación del estudiante en los distintos mecanismos de tutorización: tutorías, chat, foros/debates, ejercicios de autoevaluación y videoconferencias.

Evaluación (Modalidad a Distancia) Se realizarán todas la actividades necesarias para evaluar a los estudiantes a través de los resultados de aprendizaje en que se concretan las competencias adquiridas por el alumno en cada materia, fomentando si se considera oportuno los ejercicios de autoevaluación. Todos los procesos de evaluación de los estudiantes siguen un riguroso mecanismo de control para identificar a los estudiantes que cursan los estudios de postgrado del Máster en Dirección de Marketing e Innovación Turística. En el caso de los sistemas de evaluación que son presenciales, los alumnos deben presentarse con el Documento Nacional de Identidad. Para los que no son presenciales, los alumnos cuentan con el soporte de trabajo de la Universidad (verificado por ANECA en los títulos que tienen modalidad a distancia/semipresencial) a través del Campus Virtual.

5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Realización de trabajos. Se evaluará mediante la entrega y corrección de ejercicios, trabajos, casos prácticos y/o problemas.	70.0	70.0
Participación del alumno en la asignatura. La participación del alumno en las diversas actividades formativas que conforman la materia se evaluará según la participación del alumno en los mecanismos de tutorización (chats, foros, videoconferencias, etc.).	30.0	30.0

NIVEL 2: Innovación y dirección de marketing turístico (Modalidad a Distancia)

5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2

CARÁCTER	Obligatoria
ECTS NIVEL 2	6

DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral

ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	6	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12

LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE

CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	

NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3

5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE

5.5.1.3 CONTENIDOS

Innovación en nuevos productos. Gestión de marca (Branding). Fijación de precios (Yield Management). Sistemas de Distribución (GDS). Innovación en la comunicación (web, blogs, redes sociales, buzz marketing, e-commerce: SEO, SEM, SMM). Comunicación Integrada de Marketing (CIM). Marketing Relacional y CRM.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

- G3 - Adquirir habilidades mediante el proceso de enseñanza-aprendizaje que les permita seguir autoformándose en los ámbitos de la innovación y el marketing.
- G4 - Adquirir y consolidar la iniciativa y el espíritu emprendedor para poner en marcha proyectos relacionados con la innovación y el marketing en el sector turístico.
- G5 - Ser capaces de buscar y sistematizar información proveniente de diversas fuentes, interpretar los resultados obtenidos y elaborar informes.
- G1 - Saber aplicar los conocimientos adquiridos y poseer capacidad de resolución de problemas relacionados con la innovación y el marketing dentro del sector turístico.
- G2 - Ser capaces de formular reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas que tienen lugar dentro del sector turístico integrando el conocimiento y la información.
- CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación
- CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio
- CB8 - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios
- CB9 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades
- CB10 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

No existen datos

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

- CEM8 - Saber aplicar las diferentes herramientas de gestión de negocio en el sector turístico, prestando especial atención al partenariado y otros sistemas colaborativos, las TIC y la medición con indicadores.
- CEM9 - Conocer las nuevas tendencias digitales en los modelos de gestión y negocio en el sector turístico y, en concreto, del geomarketing, smart cities, internet de la cosas y distribución y personalización de productos turísticos on line.
- CEM10 - Conocer los conceptos de una cultura, actitudes y comportamientos orientados a la innovación y el marketing en el sector turístico.
- CEM11 - Saber aplicar herramientas de búsqueda, tales como, big data y plataformas digitales para el almacenamiento y gestión de la información turística.
- CEM12 - Conocer las tecnologías presentes susceptibles de ser aplicadas a los dispositivos móviles en un futuro inmediato en el marketing turístico.
- CEM18 - Comprender y dominar las estrategias de marketing basadas en la innovación en el sector turístico.
- CEM2 - Conocer los paradigmas/conceptos/herramientas de la innovación para el marketing de las organizaciones turísticas.
- CEM19 - Conocer las estrategias de la innovación y saber aplicarlas en el diseño de productos turísticos y la gestión de marcas.
- CEM20 - Conocer y aplicar la innovación en fijación de precios turísticos prestando especial atención al Yield Management.
- CEM21 - Conocer las estrategia de comunicación más apropiada para el correcto desarrollo de la imagen de una empresa u organización turística.

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Tutorías	22.5	100
Estudio Personal	52.5	0
Lecturas recomendadas y búsqueda de información	15	0
Resolución de ejercicios y casos prácticos y realización de trabajos	45	0
Evaluación	15	0

5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES

Tutorías Se realizarán tutorías individualizadas y en grupos reducidos para aclarar dudas o problemas planteados en el proceso de aprendizaje, dirigir trabajos, revisar y discutir los materiales y temas presentados en las clases, orientar al alumnado acerca de los trabajos, ejercicios, casos y lecturas a realizar, afianzar conocimientos, comprobar la evolución en el aprendizaje de los alumnos, y proporcionar retroalimentación sobre los resultados de ese proceso.

Estudio personal Tiene como objetivo asimilar los materiales y temas presentados en las clases y preparar posibles dudas a resolver en las tutorías, realización de actividades de aprendizaje virtual y preparación de exámenes.

Lecturas recomendadas y búsqueda de información Lectura y síntesis de las lecturas recomendadas por los profesores y de aquellas que el alumno pueda buscar por su cuenta. Este proceso resulta vital para una correcta preparación de los ejercicios, casos y trabajos propuestos en clase y para que el alumno acceda a fuentes de información relevante, en especial revistas y periódicos de actualidad empresarial, que se familiaricen con autores destacados, y desarrollen la capacidad de análisis, síntesis y argumentación.

Resolución de ejercicios y casos prácticos y realización de trabajos Resolución de ejercicios y casos prácticos, y realización de trabajos prácticos y teóricos propuestos, tanto individuales como en grupo

Evaluación (Modalidad a Distancia) Se realizarán todas la actividades necesarias para evaluar a los estudiantes a través de los resultados de aprendizaje en que se concretan las competencias adquiridas por el alumno en cada materia, fomentando si se considera oportuno los ejercicios de autoevaluación. Todos los procesos de evaluación de los estudiantes siguen un riguroso mecanismo de control para identificar a los estudiantes que cursan los estudios de postgrado del Máster en Dirección de Marketing e Innovación Turística. En el caso de los sistemas de evaluación que son presenciales, los alumnos deben presentarse con el Documento Nacional de Identidad. Para los que no son presenciales, los alumnos cuentan con el soporte de trabajo de la Universidad (verificado por ANECA en los títulos que tienen modalidad a distancia/semipresencial) a través del Campus Virtual.

5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Realización de trabajos. Se evaluará mediante la entrega y corrección de ejercicios, trabajos, casos prácticos y/o problemas.	70.0	70.0
Participación del alumno en la asignatura. La participación del alumno en las diversas actividades formativas que conforman la materia se evaluará según la participación del alumno en los mecanismos de tutorización (chats, foros, videoconferencias, etc.).	30.0	30.0

5.5 NIVEL 1: DESARROLLO PRÁCTICO

5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1

NIVEL 2: Prácticas externas

5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2

CARÁCTER	Optativa
ECTS NIVEL 2	6

DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral

ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	6	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12

LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE

CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí

FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE ESPECIALIDADES		
No existen datos		
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
Las prácticas externas tienen como objetivo permitir a los alumnos complementar su formación multidisciplinar mediante la aplicación práctica de los conocimientos y competencias adquiridas en el Máster.		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
G3 - Adquirir habilidades mediante el proceso de enseñanza-aprendizaje que les permita seguir autoformándose en los ámbitos de la innovación y el marketing.		
G4 - Adquirir y consolidar la iniciativa y el espíritu emprendedor para poner en marcha proyectos relacionados con la innovación y el marketing en el sector turístico.		
G1 - Saber aplicar los conocimientos adquiridos y poseer capacidad de resolución de problemas relacionados con la innovación y el marketing dentro del sector turístico.		
G2 - Ser capaces de formular reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas que tienen lugar dentro del sector turístico integrando el conocimiento y la información.		
CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación		
CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio		
CB8 - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios		
CB9 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades		
CB10 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CEM6 - Saber aplicar las diferentes técnicas avanzadas en alta dirección estratégica y operativa orientados al diseño de productos y "microproductos" turísticos (gastronómicos, patrimoniales, culturales, etc...) basados en la innovación y la competitividad.		
CEM7 - Ser capaz de identificar y gestionar procesos clave y mejora continua de procesos.		
CEM18 - Comprender y dominar las estrategias de marketing basadas en la innovación en el sector turístico.		
CEM3 - Conocer los métodos de análisis de proyecto en curso sabiendo identificar sus oportunidades de éxito para su puesta en marcha.		
CEM4 - Conocer la cultura de la innovación en la empresa y organización turística.		
CEM5 - Saber crear el marco empresarial necesario para favorecer el desarrollo de la cultura de innovación en la empresa.		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Tutorías	1.3	100

Prácticas Externas	135.4	95
Elaboración de Memoria Final	7.1	5
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
<p>Tutorías Se realizarán tutorías individualizadas y en grupos reducidos para aclarar dudas o problemas planteados en el proceso de aprendizaje, dirigir trabajos, revisar y discutir los materiales y temas presentados en las clases, orientar al alumnado acerca de los trabajos, ejercicios, casos y lecturas a realizar, afianzar conocimientos, comprobar la evolución en el aprendizaje de los alumnos, y proporcionar retroalimentación sobre los resultados de ese proceso.</p> <p>Realización de Prácticas Realización de prácticas externas</p> <p>Elaboración de Memoria Final Realización de la memoria a presentar por parte del estudiante a los tutores internos del Máster.</p>		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Evaluación de las prácticas externas. La evaluación del estudiante la realizarán los profesores del Master en base a la memoria presentada por el alumno y los informes escrito y oral de los tutores, interno e interno y del alumno.	100.0	100.0
NIVEL 2: Seminarios teórico-prácticos		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Optativa	
ECTS NIVEL 2	6	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	6	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE ESPECIALIDADES		
No existen datos		
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
<p>Estudio y análisis exhaustivo de proyectos actualizados de innovación y de marketing en el ámbito turístico con el objetivo de conocer la realidad en el mundo profesional. Para ello, se seleccionarán proyectos que serán analizados por el alumno de forma previa y, posteriormente, se invitará al coordinador de la empresa o la organización que ejecuta el mismo para conocer su proceso de trabajo y sus beneficios otros procesos de gestión, económicos, etc.</p>		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

G3 - Adquirir habilidades mediante el proceso de enseñanza-aprendizaje que les permita seguir autoformándose en los ámbitos de la innovación y el marketing.

G4 - Adquirir y consolidar la iniciativa y el espíritu emprendedor para poner en marcha proyectos relacionados con la innovación y el marketing en el sector turístico.

G1 - Saber aplicar los conocimientos adquiridos y poseer capacidad de resolución de problemas relacionados con la innovación y el marketing dentro del sector turístico.

G2 - Ser capaces de formular reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas que tienen lugar dentro del sector turístico integrando el conocimiento y la información.

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

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

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

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

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

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

No existen datos

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CEM6 - Saber aplicar las diferentes técnicas avanzadas en alta dirección estratégica y operativa orientados al diseño de productos y "microproductos" turísticos (gastronómicos, patrimoniales, culturales, etc...) basados en la innovación y la competitividad.

CEM7 - Ser capaz de identificar y gestionar procesos clave y mejora continua de procesos.

CEM10 - Conocer los conceptos de una cultura, actitudes y comportamientos orientados a la innovación y el marketing en el sector turístico.

CEM13 - Saber aplicar los principios de los planes de innovación nacionales e internacionales a la realidad de los diferentes entornos de trabajo en el sector turístico.

CEM18 - Comprender y dominar las estrategias de marketing basadas en la innovación en el sector turístico.

CEM4 - Conocer la cultura de la innovación en la empresa y organización turística.

CEM5 - Saber crear el marco empresarial necesario para favorecer el desarrollo de la cultura de innovación en la empresa.

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Clase en el aula	27	60
Tutorías	9	20
Evaluación en el aula	9	20
Resolución de ejercicios y casos prácticos y realización de trabajos	105	0

5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES

Clases en el aula Exposición de contenidos por parte del profesor, análisis de competencias, explicación y demostración de capacidades, habilidades y conocimientos en el aula o a través de medios audiovisuales. Las presentaciones estarán a disposición del alumnado en el campus virtual en fecha previa a la de su exposición en clase.

Tutorías Se realizarán tutorías individualizadas y en grupos reducidos para aclarar dudas o problemas planteados en el proceso de aprendizaje, dirigir trabajos, revisar y discutir los materiales y temas presentados en las clases, orientar al alumnado acerca de los trabajos, ejercicios, casos y lecturas a realizar, afianzar conocimientos, comprobar la evolución en el aprendizaje de los alumnos, y proporcionar retroalimentación sobre los resultados de ese proceso.

Evaluación en el aula Se realizarán todas las actividades necesarias para evaluar a los alumnos en clase a través de los resultados de aprendizaje en que se concretan las competencias adquiridas por el alumno en la materia, fomentando si se considera oportuno los ejercicios de autoevaluación.

Resolución de ejercicios y casos prácticos y realización de trabajos Resolución de ejercicios y casos prácticos, y realización de trabajos prácticos y teóricos propuestos, tanto individuales como en grupo

5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Desarrollo de un trabajo teórico. Al término de la materia, el alumno deberá realizar, individualmente o en grupo, un trabajo teórico.	70.0	70.0
Participación del alumno en la materia. La participación del alumno en las diversas actividades formativas que conforman la materia se evaluará a través de la entrega y corrección de ejercicios, trabajos, casos prácticos y/o problemas, realizados individualmente y/o en grupo; la defensa pública de algunos de estos trabajos, y la participación en chats y foros de debate.	30.0	0.0

5.5 NIVEL 1: DESARROLLO PRÁCTICO (Modalidad a Distancia)

5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1

NIVEL 2: Prácticas externas

5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2

CARÁCTER	Optativa
ECTS NIVEL 2	6

DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral

ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	6	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12

LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE

CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	

LISTADO DE ESPECIALIDADES

No existen datos

NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3

5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE

5.5.1.3 CONTENIDOS

Las prácticas externas tienen como objetivo permitir a los alumnos complementar su formación multidisciplinar mediante la aplicación práctica de los conocimientos y competencias adquiridas en el Máster.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

G3 - Adquirir habilidades mediante el proceso de enseñanza-aprendizaje que les permita seguir autoformándose en los ámbitos de la innovación y el marketing.

G4 - Adquirir y consolidar la iniciativa y el espíritu emprendedor para poner en marcha proyectos relacionados con la innovación y el marketing en el sector turístico.

G1 - Saber aplicar los conocimientos adquiridos y poseer capacidad de resolución de problemas relacionados con la innovación y el marketing dentro del sector turístico.

G2 - Ser capaces de formular reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas que tienen lugar dentro del sector turístico integrando el conocimiento y la información.

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

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

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

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

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

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

No existen datos

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CEM6 - Saber aplicar las diferentes técnicas avanzadas en alta dirección estratégica y operativa orientados al diseño de productos y "microproductos" turísticos (gastronómicos, patrimoniales, culturales, etc...) basados en la innovación y la competitividad.

CEM7 - Ser capaz de identificar y gestionar procesos clave y mejora continua de procesos.

CEM18 - Comprender y dominar las estrategias de marketing basadas en la innovación en el sector turístico.

CEM3 - Conocer los métodos de análisis de proyecto en curso sabiendo identificar sus oportunidades de éxito para su puesta en marcha.

CEM4 - Conocer la cultura de la innovación en la empresa y organización turística.

CEM5 - Saber crear el marco empresarial necesario para favorecer el desarrollo de la cultura de innovación en la empresa.

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Tutorías	7.5	100
Prácticas Externas	135.3	95
Elaboración de Memoria Final	7.1	5

5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES

Tutorías Participación del estudiante en los distintos mecanismos de tutorización: tutorías, chat, foros/debates, ejercicios de autoevaluación y videoconferencias.

Realización de Prácticas Realización de prácticas externas

Elaboración de Memoria Final Realización de la memoria a presentar por parte del estudiante a los tutores internos del Máster

5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Evaluación de las prácticas externas. La evaluación del estudiante la realizarán los profesores del Master en base a la memoria presentada por el alumno y los	100.0	100.0

informes escrito y oral de los tutores, interno e interno y del alumno.		
NIVEL 2: Seminarios teórico-prácticos		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Optativa	
ECTS NIVEL 2	6	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	6	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE ESPECIALIDADES		
No existen datos		
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
<p>Estudio y análisis exhaustivo de proyectos actualizados de innovación y de marketing en el ámbito turístico con el objetivo de conocer la realidad en el mundo profesional. Para ello, se seleccionarán proyectos que serán analizados por el alumno de forma previa y, posteriormente, se invitará al coordinador de la empresa o la organización que ejecuta el mismo para conocer su proceso de trabajo y sus beneficios otros procesos de gestión, económicos, etc.</p>		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
G3 - Adquirir habilidades mediante el proceso de enseñanza-aprendizaje que les permita seguir autoformándose en los ámbitos de la innovación y el marketing.		
G4 - Adquirir y consolidar la iniciativa y el espíritu emprendedor para poner en marcha proyectos relacionados con la innovación y el marketing en el sector turístico.		
G1 - Saber aplicar los conocimientos adquiridos y poseer capacidad de resolución de problemas relacionados con la innovación y el marketing dentro del sector turístico.		
G2 - Ser capaces de formular reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas que tienen lugar dentro del sector turístico integrando el conocimiento y la información.		
CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación		
CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio		

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

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

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

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

No existen datos

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CEM6 - Saber aplicar las diferentes técnicas avanzadas en alta dirección estratégica y operativa orientados al diseño de productos y "microproductos" turísticos (gastronómicos, patrimoniales, culturales, etc...) basados en la innovación y la competitividad.

CEM7 - Ser capaz de identificar y gestionar procesos clave y mejora continua de procesos.

CEM10 - Conocer los conceptos de una cultura, actitudes y comportamientos orientados a la innovación y el marketing en el sector turístico.

CEM13 - Saber aplicar los principios de los planes de innovación nacionales e internacionales a la realidad de los diferentes entornos de trabajo en el sector turístico.

CEM18 - Comprender y dominar las estrategias de marketing basadas en la innovación en el sector turístico.

CEM4 - Conocer la cultura de la innovación en la empresa y organización turística.

CEM5 - Saber crear el marco empresarial necesario para favorecer el desarrollo de la cultura de innovación en la empresa.

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Tutorías	22.5	100
Resolución de ejercicios y casos prácticos y realización de trabajos	112.5	0
Evaluación	15	0

5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES

Resolución de ejercicios y casos prácticos y realización de trabajos Resolución de ejercicios y casos prácticos, y realización de trabajos prácticos y teóricos propuestos, tanto individuales como en grupo

Tutorías Participación del estudiante en los distintos mecanismos de tutorización: tutorías, chat, foros/debates, ejercicios de autoevaluación y videoconferencias.

Evaluación (Modalidad a Distancia) Se realizarán todas la actividades necesarias para evaluar a los estudiantes a través de los resultados de aprendizaje en que se concretan las competencias adquiridas por el alumno en cada materia, fomentando si se considera oportuno los ejercicios de autoevaluación. Todos los procesos de evaluación de los estudiantes siguen un riguroso mecanismo de control para identificar a los estudiantes que cursan los estudios de postgrado del Máster en Dirección de Marketing e Innovación Turística. En el caso de los sistemas de evaluación que son presenciales, los alumnos deben presentarse con el Documento Nacional de Identidad. Para los que no son presenciales, los alumnos cuentan con el soporte de trabajo de la Universidad (verificado por ANECA en los títulos que tienen modalidad a distancia/semipresencial) a través del Campus Virtual.

5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Participación del alumno en la materia. La participación del alumno en las diversas actividades formativas que conforman la materia se evaluará a través de la entrega y corrección de ejercicios, trabajos, casos prácticos y/o problemas, realizados individualmente y/o en grupo; la defensa pública de algunos de estos trabajos, y la participación en chats y foros de debate.	30.0	30.0
Realización de trabajos. Se evaluará mediante la entrega y corrección de	70.0	70.0

ejercicios, trabajos, casos prácticos y/o problemas.		
5.5 NIVEL 1: TRABAJO FIN DE MÁSTER		
5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1		
NIVEL 2: Trabajo Fin de Máster		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Trabajo Fin de Grado / Máster	
ECTS NIVEL 2	6	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	6	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE ESPECIALIDADES		
No existen datos		
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
<p>Consiste principalmente en la selección del tema y recopilación preliminar de información para la determinación del problema u objeto de estudio, la realización de una búsqueda bibliográfica sistematizada u organizada, el diseño del trabajo, la elaboración del estudio y la determinación de los resultados y las principales conclusiones. El objetivo principal de esta materia es la evaluación de los resultados de aprendizaje asociados al propio máster.</p>		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
G5 - Ser capaces de buscar y sistematizar información proveniente de diversas fuentes, interpretar los resultados obtenidos y elaborar informes.		
G1 - Saber aplicar los conocimientos adquiridos y poseer capacidad de resolución de problemas relacionados con la innovación y el marketing dentro del sector turístico.		
G2 - Ser capaces de formular reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas que tienen lugar dentro del sector turístico integrando el conocimiento y la información.		
CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación		
CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio		

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

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

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

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

No existen datos

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CEM22 - Adiestrarse en la obtención de información en fuentes especializadas de innovación y marketing.

CEM23 - Integrar los conocimientos adquiridos y formular juicios a partir de una información incompleta o limitada, utilizando la terminología especializada en innovación y marketing turístico.

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Tutorías	7.1	95
Defensa TFM	0.4	5
Realización Trabajo Fin de Máster	135.4	0
Preparación defensa TFM	7.1	0

5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES

Tutorías Se realizarán tutorías individualizadas y en grupos reducidos para aclarar dudas o problemas planteados en el proceso de aprendizaje, dirigir trabajos, revisar y discutir los materiales y temas presentados en las clases, orientar al alumnado acerca de los trabajos, ejercicios, casos y lecturas a realizar, afianzar conocimientos, comprobar la evolución en el aprendizaje de los alumnos, y proporcionar retroalimentación sobre los resultados de ese proceso.

Defensa del Trabajo Fin de Máster (TFM) El alumno tendrán que preparar la exposición pública ante un tribunal de su TFM bajo la tutorización de su director. El grupo de alumnos tendrá que preparar la exposición de la defensa de su TFM bajo la supervisión de su tutor. Para ello los alumnos realizarán un resumen ejecutivo de su TFM, una presentación y se prepararán una exposición oral de 10 a 20 minutos. En algunos casos justificados el alumno podrá exponer al tribunal mediante videoconferencia ante la imposibilidad de presentarse físicamente en la universidad.

Realización Trabajo Fin de Máster Consiste principalmente en la selección del tema y recopilación preliminar de información para la determinación del problema u objeto de estudio, la realización de una búsqueda bibliográfica sistematizada u organizada, el diseño del trabajo, la elaboración del estudio y la determinación de los resultados y las principales conclusiones.

Preparación defensa Trabajo Fin de Máster Realización de la memoria a presentar por parte del alumno al tribunal de TFM, dónde se explique brevemente el contenido del trabajo y las conclusiones del mismo. Para ello los alumnos realizarán un resumen ejecutivo de su TFM, una presentación y se prepararán una exposición oral de 10 a 20 minutos. El alumno podrá exponer al tribunal mediante videoconferencia ante la imposibilidad de presentarse físicamente en la universidad.

5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Evaluación de la Memoria del TFM. La llevarán a cabo los tribunales constituidos a tal efecto. La calificación del módulo se obtendrá en un 75% de la memoria de un trabajo original relacionado con uno o varios de los campos o materias del programa y que tendrá que presentar en las convocatorias previstas según la normativa del Vicerrectorado correspondiente de la Universidad.	75.0	75.0
Evaluación de la Defensa Pública del TFM. La llevarán a cabo los tribunales constituidos a tal efecto. La calificación del módulo se obtendrá en un 25% de la defensa pública de la memoria del	25.0	25.0

TFM, trabajo original relacionado con uno o varios de los campos o materias del programa, y que tendrá que presentar en las convocatorias previstas según la normativa del Vicerrectorado de la Universidad. En algunos casos justificados el alumno podrá exponer al tribunal mediante videoconferencia ante la imposibilidad de presentarse físicamente en la universidad.		
5.5 NIVEL 1: TRABAJO FIN DE MÁSTER (Modalidad a Distancia)		
5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1		
NIVEL 2: Trabajo Fin de Máster		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Trabajo Fin de Grado / Máster	
ECTS NIVEL 2	6	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	6	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE ESPECIALIDADES		
No existen datos		
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
Consiste principalmente en la selección del tema y recopilación preliminar de información para la determinación del problema u objeto de estudio, la realización de una búsqueda bibliográfica sistematizada u organizada, el diseño del trabajo, la elaboración del estudio y la determinación de los resultados y las principales conclusiones. El objetivo principal de esta materia es la evaluación de los resultados de aprendizaje asociados al propio máster.		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
G5 - Ser capaces de buscar y sistematizar información proveniente de diversas fuentes, interpretar los resultados obtenidos y elaborar informes.		
G1 - Saber aplicar los conocimientos adquiridos y poseer capacidad de resolución de problemas relacionados con la innovación y el marketing dentro del sector turístico.		

G2 - Ser capaces de formular reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas que tienen lugar dentro del sector turístico integrando el conocimiento y la información.

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

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

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

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

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

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

No existen datos

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CEM22 - Adiestrarse en la obtención de información en fuentes especializadas de innovación y marketing.

CEM23 - Integrar los conocimientos adquiridos y formular juicios a partir de una información incompleta o limitada, utilizando la terminología especializada en innovación y marketing turístico.

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Tutorías	7.1	95
Defensa TFM	0.4	5
Realización Trabajo Fin de Máster	135.4	0
Preparación defensa TFM	7.1	0

5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES

Defensa del Trabajo Fin de Máster (TFM) El alumno tendrán que preparar la exposición pública ante un tribunal de su TFM bajo la tutorización de su director. El grupo de alumnos tendrá que preparar la exposición de la defensa de su TFM bajo la supervisión de su tutor. Para ello los alumnos realizarán un resumen ejecutivo de su TFM, una presentación y se prepararán una exposición oral de 10 a 20 minutos. En algunos casos justificados el alumno podrá exponer al tribunal mediante videoconferencia ante la imposibilidad de presentarse físicamente en la universidad.

Realización Trabajo Fin de Máster Consiste principalmente en la selección del tema y recopilación preliminar de información para la determinación del problema u objeto de estudio, la realización de una búsqueda bibliográfica sistematizada u organizada, el diseño del trabajo, la elaboración del estudio y la determinación de los resultados y las principales conclusiones.

Preparación defensa Trabajo Fin de Máster Realización de la memoria a presentar por parte del alumno al tribunal de TFM, dónde se explique brevemente el contenido del trabajo y las conclusiones del mismo. Para ello los alumnos realizarán un resumen ejecutivo de su TFM, una presentación y se prepararán una exposición oral de 10 a 20 minutos. El alumno podrá exponer al tribunal mediante videoconferencia ante la imposibilidad de presentarse físicamente en la universidad.

Tutorías Participación del estudiante en los distintos mecanismos de tutorización: tutorías, chat, foros/debates, ejercicios de autoevaluación y videoconferencias.

5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Evaluación de la Memoria del TFM. La llevarán a cabo los tribunales constituidos a tal efecto. La calificación del módulo se obtendrá en un 75% de la memoria de un trabajo original relacionado con uno o varios de los campos o materias del programa y que tendrá que presentar en las convocatorias previstas según la normativa del Vicerrectorado correspondiente de la Universidad.	75.0	75.0

<p>Evaluación de la Defensa Pública del TFM. La llevarán a cabo los tribunales constituidos a tal efecto. La calificación del módulo se obtendrá en un 25% de la defensa pública de la memoria del TFM, trabajo original relacionado con uno o varios de los campos o materias del programa, y que tendrá que presentar en las convocatorias previstas según la normativa del Vicerrectorado de la Universidad. En algunos casos justificados el alumno podrá exponer al tribunal mediante videoconferencia ante la imposibilidad de presentarse físicamente en la universidad.</p>	<p>25.0</p>	<p>25.0</p>
---	-------------	-------------

6. PERSONAL ACADÉMICO

6.1 PROFESORADO Y OTROS RECURSOS HUMANOS

Universidad	Categoría	Total %	Doctores %	Horas %
Universidad Católica San Antonio	Profesor Visitante	16	25	21,8
Universidad Católica San Antonio	Profesor Agregado	12	100	9,3
Universidad Católica San Antonio	Profesor Asociado (incluye profesor asociado de C.C.: de Salud)	12	33.3	15,6
Universidad Católica San Antonio	Profesor colaborador Licenciado	20	0	15,6
Universidad Católica San Antonio	Profesor Contratado Doctor	40	100	37,5

PERSONAL ACADÉMICO

Ver Apartado 6: Anexo 1.

6.2 OTROS RECURSOS HUMANOS

Ver Apartado 6: Anexo 2.

7. RECURSOS MATERIALES Y SERVICIOS

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

8. RESULTADOS PREVISTOS

8.1 ESTIMACIÓN DE VALORES CUANTITATIVOS

TASA DE GRADUACIÓN %	TASA DE ABANDONO %	TASA DE EFICIENCIA %
90	5	90
CODIGO	TASA	VALOR %

No existen datos

Justificación de los Indicadores Propuestos:

Ver Apartado 8: Anexo 1.

8.2 PROCEDIMIENTO GENERAL PARA VALORAR EL PROCESO Y LOS RESULTADOS

La Dirección de Estudios de la UCAM gestiona la organización de la actividad académica a través de diferentes unidades de recogida de información, planificación y control. Entre sus competencias y atribuciones está la de gestionar el desarrollo de la actividad docente, la evaluación del progreso y los resultados del aprendizaje, y el control de los espacios y de los horarios.

Uno de los servicios con que cuenta la Dirección de Estudios es la Unidad de Análisis e Informes Académicos (UA), encargada de realizar el análisis de los datos que generan distintos servicios universitarios.

Los informes que se generan en la UA tienen como finalidad facilitar al responsable académico el conocimiento de la situación en la que se halla su titulación, así como la evolución histórica generada en un determinado período de tiempo, de modo que sirva de referencia en la toma de decisiones estratégicas para la mejora de los parámetros de calidad. Dichos datos se generan a través de una herramienta informática propia. Las tasas o índices, que a su vez se agrupan en diferentes categorías, son:

- Graduación.
- Abandono.
- Eficiencia.
- No-presentados.
- Asistencia del profesor.
- Asistencia a foros, debates, chats del alumno.
- Período medio que tarda un alumno en superar el plan de estudios.

Estas tasas e índices pueden ser elaborados también para describir el rendimiento o evaluación académica del PDI, agrupando, en este caso, toda la docencia impartida por un profesor, de igual modo que se realiza con los títulos. Del mismo modo, son las que se remiten al Director de Estudios quien, en reuniones con cada responsable de título, lleva a cabo la toma de decisiones al objeto de aplicar las acciones de mejora correspondientes y/o necesarias. Está previsto implicar, de manera paralela, al Responsable de Calidad de cada titulación para que éste pueda también aportar sus iniciativas de mejora.

Las decisiones adoptadas por el responsable de la titulación, con los factores correctores que haya determinado en función de la información comentada en el apartado anterior, se plasman en la Propuesta Docente que éste deberá elaborar para implantar en el curso académico siguiente.

Dicha propuesta es planificada en un momento posterior, previo al inicio del curso, de modo que todo el claustro docente de la titulación sepa con exactitud cuál será el desarrollo académico de cada una de las materias en las que participa como profesor, las líneas de evaluación académica que se seguirán y los requisitos formativos que se exigirá a los alumnos para la superación de la materia impartida.

Esta información se refleja en las correspondientes Guías Académicas, de las cuales dispondrá el alumno con anterioridad al inicio del curso.

En el Máster, además, se valorará el progreso y resultados de aprendizaje a través de la Evaluación Continua, el Trabajo Fin de Máster y otras pruebas de evaluación pertinentes para tal fin.

Por último, y al objeto de contribuir a una mejora en el progreso y resultados de aprendizaje, el Equipo Directivo del Máster, junto con la Comisión nombrada para dicho propósito, analizará la siguiente información:

- Resultados, tasas y resto de la información proporcionada por la Dirección de Estudios (expuestas en el apartado anterior).
- Información sobre el informe de satisfacción de los egresados realizada por el SOIL.
- Información sobre la satisfacción de las empresas obtenida a partir de los tutores en la empresa tras la realización de las prácticas por nuestros alumnos y a partir de las reuniones con representantes de empresas realizadas a iniciativa de la titulación.

9. SISTEMA DE GARANTÍA DE CALIDAD

ENLACE	http://www.ucam.edu/servicios/calidad/sistema-de-garantia-interna-de-calidad-sgic-de-la-universidad
--------	---

10. CALENDARIO DE IMPLANTACIÓN

10.1 CRONOGRAMA DE IMPLANTACIÓN

CURSO DE INICIO	2013
-----------------	------

Ver Apartado 10: Anexo 1.

10.2 PROCEDIMIENTO DE ADAPTACIÓN

No aplica

10.3 ENSEÑANZAS QUE SE EXTINGUEN

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

11. PERSONAS ASOCIADAS A LA SOLICITUD

11.1 RESPONSABLE DEL TÍTULO

NIF	NOMBRE	PRIMER APELLIDO	SEGUNDO APELLIDO
23256347N	GINESA	MARTINEZ	DEL VAS
DOMICILIO	CÓDIGO POSTAL	PROVINCIA	MUNICIPIO
AVDA. LOS JERÓNIMOS, S/ N	30107	Murcia	Murcia
EMAIL	MÓVIL	FAX	CARGO
presidencia@ucam.edu	968278803	968278715	DIRECTORA

11.2 REPRESENTANTE LEGAL

NIF	NOMBRE	PRIMER APELLIDO	SEGUNDO APELLIDO
22894000F	JOSÉ LUIS	MENDOZA	PÉREZ
DOMICILIO	CÓDIGO POSTAL	PROVINCIA	MUNICIPIO
AVDA. LOS JERÓNIMOS, S/ N	30107	Murcia	Murcia
EMAIL	MÓVIL	FAX	CARGO
presidencia@ucam.edu	968278803	968278715	PRESIDENTE

El Rector de la Universidad no es el Representante Legal

Ver Apartado 11: Anexo 1.

11.3 SOLICITANTE

El responsable del título es también el solicitante

NIF	NOMBRE	PRIMER APELLIDO	SEGUNDO APELLIDO
23256347N	GINESA	MARTINEZ	DEL VAS
DOMICILIO	CÓDIGO POSTAL	PROVINCIA	MUNICIPIO
AVDA. LOS JERÓNIMOS, S/ N	30107	Murcia	Murcia
EMAIL	MÓVIL	FAX	CARGO
presidencia@ucam.edu	968278803	968278715	DIRECTORA

Apartado 2: Anexo 1

Nombre : Punto 2 MIMT.pdf

HASH SHA1 :6211E5813EB00F710C43F22E7AB2399B2E26B45E

Código CSV :259478854968521072266961

Ver Fichero: Punto 2 MIMT.pdf

Apartado 4: Anexo 1

Nombre : Punto 4.1 MIMT.pdf

HASH SHA1 : 1707F4950AB53E057EF8C4FE11AFF7000A2089EF

Código CSV : 259479191205840552133241

Ver Fichero: Punto 4.1 MIMT.pdf

Apartado 5: Anexo 1

Nombre :5.1.pdf

HASH SHA1 :AE731EFFBAB74952E328D65B6E2B2124C84465A4

Código CSV :259728329923282293615526

Ver Fichero: 5.1.pdf

Apartado 6: Anexo 1

Nombre : Punto 6.1.pdf

HASH SHA1 : 1E0414A00854131D27C198841D175EF834103F73

Código CSV : 103333661966948391127179

Ver Fichero: Punto 6.1.pdf

Apartado 6: Anexo 2

Nombre :6.2.pdf

HASH SHA1 :FFF3B589A11DAE1210761CBD47D22FA87573A32E

Código CSV :259780514862839887723631

Ver Fichero: 6.2.pdf

Apartado 7: Anexo 1

Nombre :Punto 7.pdf

HASH SHA1 :9F13F65AB6D2FB012A7B1935B7200AAFB6D2A66B

Código CSV :103333687870266738140152

Ver Fichero: Punto 7.pdf

Apartado 8: Anexo 1

Nombre : Punto 8.1.pdf

HASH SHA1 : C72A2C34BDFEB34E1A959199F9B2BB499013E789

Código CSV : 103333694098146022397395

Ver Fichero: Punto 8.1.pdf

Apartado 10: Anexo 1

Nombre :Punto 10.1.pdf

HASH SHA1 :57C2E5EA96F6950E903F26FF175D90CE0D3EA96C

Código CSV :95893773095336691499195

Ver Fichero: Punto 10.1.pdf

Apartado 11: Anexo 1

Nombre : REPRESENTANTE LEGAL 14-04-11.pdf

HASH SHA1 : 28413318DA5160FC58121381A78AD9770D0FC8A5

Código CSV : 95893782214716304872141

Ver Fichero: REPRESENTANTE LEGAL 14-04-11.pdf

