

DIRECCIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL TURISMO (2021-22)

| | | |
|-------------------------|--|---|
| Código: D047 | Fecha de aprobación: 04/06/2010 | Precio: 39,27 Créditos en 1ª matrícula |
| Créditos: 120 | Título: Máster Universitario Oficial | |

RAMA

Ciencias Sociales y Jurídicas

PLAN

MÁSTER UNIVERSITARIO EN DIRECCIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL TURISMO

TIPO DE ENSEÑANZA

Presencial

CENTROS DONDE SE IMPARTE

Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

ESTUDIO IMPARTIDO CONJUNTAMENTE CON

Solo se imparte en esta universidad

FECHAS DE EXAMEN

[Acceda al listado de fechas de examen para esta titulación.](#)

PLAN DE ESTUDIOS OFERTADO EN EL CURSO 2021-22

Leyenda: No ofertada Sin docencia

MÁSTER UNIVERSITARIO EN DIRECCIÓN Y PLANIFICACIÓN DE TURISMO

OBLIGATORIAS PRIMER CURSO

54 créditos

| Curso | Título | Créditos | Asignatura |
|-------|-------------|----------|---|
| 1 | OBLIGATORIA | 3 | 41000 - ECONOMÍA TURÍSTICA INTERNACIONAL |
| 1 | OBLIGATORIA | 3 | 41001 - ECONOMÍA REGIONAL |
| 1 | OBLIGATORIA | 3 | 41002 - REGULACIÓN DE CONTRATOS, MARCAS E INSTRUMENTOS ELECTRÓNICOS EN EL TURISMO |
| 1 | OBLIGATORIA | 3 | 41003 - DESARROLLO TURÍSTICO Y SOCIEDAD LOCAL |
| 1 | OBLIGATORIA | 4 | 41004 - ANÁLISIS Y PLANIFICACIÓN FINANCIERA DE LA EMPRESA TURÍSTICA |
| 1 | OBLIGATORIA | 5 | 41005 - DIRECCIÓN ESTRATÉGICA Y GESTIÓN DE EMPRESAS DE OCIO Y TURISMO |
| 1 | OBLIGATORIA | 3 | 41006 - NUEVAS TECNOLOGÍAS EN LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN Y GESTIÓN EMPRESARIAL |
| 1 | OBLIGATORIA | 3 | 41007 - DIRECCIÓN Y PROYECTOS DE EMPRESAS DE OFERTA COMPLEMENTARIA |
| 1 | OBLIGATORIA | 3 | 41008 - FACTORES DE DESARROLLO TURÍSTICO |
| 1 | OBLIGATORIA | 6 | 41009 - INSTRUMENTOS DE PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN DEL ESPACIO TURÍSTICO |
| 1 | OBLIGATORIA | 3 | 41010 - VALORIZACIÓN DE RECURSOS PATRIMONIALES Y GESTIÓN TURÍSTICA |
| 1 | OBLIGATORIA | 4 | 41011 - INVESTIGACIÓN DE MERCADOS |
| 1 | OBLIGATORIA | 4 | 41012 - MÉTODOS Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN SOCIAL EN TURISMO |
| 1 | OBLIGATORIA | 3 | 41014 - NUEVAS TECNOLOGÍAS EN LA GESTIÓN DEL ESPACIO TURÍSTICO |
| 1 | OBLIGATORIA | 4 | 41015 - TÉCNICAS DE ANÁLISIS ECONÓMICO APLICADAS AL TURISMO |

OBLIGATORIAS SEGUNDO CURSO

54 créditos

| Curso | Título | Créditos | Asignatura |
|-------|-----------------------|----------|---|
| 2 | TRABAJO FIN DE MÁSTER | 15 | 41036 - TRABAJO FIN DE MÁSTER |
| 2 | OBLIGATORIA | 4 | 41016 - DIRECCIÓN Y TÉCNICAS DE VENTA |
| 2 | OBLIGATORIA | 4 | 41017 - MARKETING INTERNACIONAL |
| 2 | OBLIGATORIA | 4 | 41018 - MARKETING PÚBLICO |
| 2 | OBLIGATORIA | 5 | 41019 - IMPLANTACIÓN DE SISTEMAS DE CALIDAD EN EMPRESAS Y ORGANIZACIONES TURÍSTICAS |
| 2 | OBLIGATORIA | 4 | 41020 - IMPLANTACIÓN DE SISTEMAS DE GESTIÓN AMBIENTAL EN EMPRESAS Y ORGANIZACIONES TURÍSTICAS |
| 2 | OBLIGATORIA | 3 | 41021 - TURISMO Y MEDIO AMBIENTE |
| 2 | OBLIGATORIA | 15 | 41032 - PRÁCTICAS EXTERNAS |

OPTATIVAS PRIMER CURSO

6 créditos

| Curso | Título | Créditos | Asignatura |
|-------|----------|----------|--|
| 1 | OPTATIVA | 3 | 41022 - LENGUA EXTRANJERA PARA EL TURISMO (I): INGLÉS |
| 1 | OPTATIVA | 3 | 41024 - LENGUA EXTRANJERA PARA EL TURISMO (I): ALEMÁN |
| 1 | OPTATIVA | 3 | 41026 - LENGUA EXTRANJERA PARA EL TURISMO (I): FRANCÉS |
| 1 | OPTATIVA | 3 | 41029 - DESARROLLO LOCAL Y TURISMO |
| 1 | OPTATIVA | 3 | 41031 - TURISMO Y DESARROLLO ECONÓMICO |

OPTATIVAS SEGUNDO CURSO

6 créditos

| Curso | Título | Créditos | Asignatura |
|-------|----------|----------|---|
| 2 | OPTATIVA | 3 | 41023 - LENGUA EXTRANJERA PARA EL TURISMO (II): INGLÉS |
| 2 | OPTATIVA | 3 | 41025 - LENGUA EXTRANJERA PARA EL TURISMO (II): ALEMÁN |
| 2 | OPTATIVA | 3 | 41027 - LENGUA EXTRANJERA PARA EL TURISMO (II): FRANCÉS |
| 2 | OPTATIVA | 3 | 41028 - CONDUCTA DEL CONSUMIDOR TURISTA Y GESTIÓN COMERCIAL |
| 2 | OPTATIVA | 3 | 41030 - RÉGIMEN JURÍDICO DE LA PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN DE LA ACTIVIDAD Y ESPACIOS DE OCIO |

Superado este bloque se obtiene

MÁSTER UNIVERSITARIO EN DIRECCIÓN Y PLANIFICACIÓN DE TURISMO

OBJETIVOS

Los objetivos del Máster en Dirección y Planificación del Turismo son los siguientes:

- Preparar a los alumnos para la toma de decisiones en puestos de alta responsabilidad en empresas, actividades e instituciones de turismo.
- Capacitar a los alumnos para dar respuesta a las exigencias de sostenibilidad, diversidad y calidad de los mercados turísticos.
- Formar en la aplicación de métodos, instrumentos y prácticas para el desarrollo de la investigación científica en turismo.
- Facilitar la incorporación de soluciones tecnológicas en la gestión de establecimientos, actividades y destinos
- Adaptar el nivel de los estudios universitarios de Turismo en España con los existentes en otros países de la Unión Europea y normalizarlos en relación al resto de actividades económicas que cuentan con sistemas de formación específicos.
- Desarrollar perfiles de especialización que tengan en cuenta tanto las necesidades de innovación en materia de gestión empresarial como el desarrollo de nuevos sistemas de gestión de aspectos colectivos.

Otros objetivos a los que atiende esta propuesta de Título de Máster en Dirección y Planificación del turismo son:

- Homogeneizar la transmisión del conocimiento en materia de turismo y facilitar, en consecuencia, la creación de programas conjuntos entre universidades tanto españolas como extranjeras.
- Crear las condiciones para el desarrollo de líneas de investigación de carácter transdisciplinar, multidisciplinar e interdisciplinar
- Incorporar la formación en turismo al objetivo trazado en las Cumbres de Lisboa y Barcelona de lograr que los sistemas educativos europeos se conviertan en una referencia de calidad mundial para el año 2010. Teniendo en cuenta la dimensión de la actividad turística en España, éste debería ser, de hecho, un objetivo incontestable desde el punto de vista de la administración de la formación superior en España.

COMPETENCIAS GENERALES Y ESPECÍFICAS

La finalidad del título es la adquisición por parte del estudiante de una formación avanzada, de carácter especializado y multidisciplinar, orientada a la especialización académica o profesional y a promover la iniciación en tareas investigadoras.

Las competencias generales y específicas se definen teniendo en cuenta los derechos fundamentales y de igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres, los principios de igualdad de oportunidades y accesibilidad universal de las personas con discapacidad y los valores propios de una cultura de la paz y de valores democráticos, de acuerdo con lo dispuesto en el artículo 3.5 del R.D.1393/2007 de 29 de octubre.

Las competencias generales y específicas que deben haber adquirido los estudiantes durante sus estudios y que son exigibles para otorgarle el título se recogen a continuación:

COMPETENCIAS

COMPETENCIAS GENERALES DEL TÍTULO (CG)

- CG1:Tener visión innovadora, prospectiva y proactiva.
- CG2:Definir prioridades en la consecución de objetivos.
- CG3:Adaptarse a nuevas situaciones.
- CG4:Tomar decisiones y resolver problemas.
- CG5:Trabajar en un contexto de responsabilidad social.
- CG6:Interpretar y evaluar con espíritu crítico los resultados obtenidos.
- CG7:Manejar las técnicas de comunicación y servucción.
- CG8:Negociar: llegar a acuerdos.
- CG9:Organizar y liderar equipos.
- CG10:Reconocer las competencias y habilidades a nivel individual, grupal y organizativo.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS (CE)

- CE1:Aplicar instrumentos de planificación.
- CE2:Aplicar las técnicas de gestión económico-financiera para la explotación turística.
- CE3:Aplicar sistemas de calidad y gestión medioambiental, económica y social.
- CE4:Comprender el marco legal que regula las actividades turísticas.
- CE5:Comprender la importancia de las redes en las que la organización se encuentra inmersa y saber posicionarse en ellas.
- CE6:Conocer las áreas de gestión de la administración pública turística.
- CE7:Conocer las competencias y funciones de las diferentes áreas de gestión.
- CE8:Conocer las nuevas tendencias en la creación de productos turísticos.
- CE9:Conocer las políticas que afectan al destino.
- CE10:Conocer las técnicas de dirección empresarial.
- CE11:Conocer las tendencias y la dinámica del los mercados turísticos.
- CE12:Conocer los fundamentos y aplicar metodologías científicas adecuadas.
- CE13:Conocer los principios de gestión sostenible.
- CE14:Decidir sobre la aplicación de las nuevas tecnologías.
- CE15:Diagnosticar necesidades y oportunidades e identificar las potencialidades y amenazas del destino.
- CE16:Diseñar productos y emprender proyectos turísticos.
- CE17:Entender el destino turístico como sistema.
- CE18:Establecer sistemas de control de la evolución de la actividad turística.
- CE19:Manejar técnicas de recogida y análisis de datos.
- CE20:Relacionar agentes implicados en el desarrollo del producto turístico.
- CE21:Saber representar a la organización.

- [Estructura del máster por créditos y materia](#)
- [Distribución de asignaturas por cursos / semestres](#)
- [Planificación general del plan de estudios](#)

ESTRUCTURA DEL MÁSTER POR CRÉDITOS Y MATERIA

| Tipo de materia | Créditos |
|----------------------------|------------|
| Obligatorias (OB) | 78 |
| Optativas (OP) | 12 |
| Prácticas Externas (OB) | 15 |
| Trabajo Fin de Máster (OB) | 15 |
| TOTAL CRÉDITOS | 120 |

DISTRIBUCIÓN DE ASIGNATURAS POR CURSOS / SEMESTRES

| PRIMER CURSO (60 ECTS) | | | | | |
|---|------|------|---|------|------|
| SEMESTRE 1 (30 ECTS) | | | SEMESTRE 2 (30 ECTS) | | |
| ASIGNATURA | TIPO | ECTS | ASIGNATURA | TIPO | ECTS |
| ECONOMÍA TURÍSTICA INTERNACIONAL | OB | 3 | INSTRUMENTOS DE PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN DEL ESPACIO TURÍSTICO | OB | 6 |
| ECONOMÍA REGIONAL | OB | 3 | FACTORES DE DESARROLLO TURÍSTICO | OB | 3 |
| DESARROLLO TURÍSTICO Y SOCIEDAD LOCAL | OB | 3 | VALORACIÓN DE RECURSOS PATRIMONIALES Y GESTIÓN TURÍSTICA | OB | 3 |
| REGULACIÓN DE CONTRATOS, MARCAS E INSTRUMENTOS ELECTRÓNICOS EN EL TURISMO | OB | 3 | INVESTIGACIÓN DE MERCADOS | OB | 4 |
| ANÁLISIS Y PLANIFICACIÓN FINANCIERA DE LA EMPRESA TURÍSTICA | OB | 4 | NUEVAS TECNOLOGÍAS EN LA GESTIÓN DEL ESPACIO TURÍSTICO | OB | 3 |
| DIRECCIÓN ESTRATÉGICA Y GESTIÓN DE EMPRESAS DE OCIO Y TURISMO | OB | 5 | MÉTODOS Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN SOCIAL EN TURISMO | OB | 4 |
| DIRECCIÓN Y PROYECTOS DE EMPRESAS DE OFERTA COMPLEMENTARIA | OB | 3 | TÉCNICAS DE ANÁLISIS ECONÓMICO APLICADAS | OB | 4 |
| NUEVAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN Y GESTIÓN EMPRESARIAL | OB | 3 | | | |
| A elegir una entre las dos asignaturas siguientes: | | | A elegir una entre las dos asignaturas siguientes: | | |
| LENGUAS EXTRANJERAS PARA TURISMO (ALÉMAN, FRANCÉS O INGLÉS) | OP | 3 | LENGUAS EXTRANJERAS PARA TURISMO (ALÉMAN, FRANCÉS O INGLÉS) | OP | 3 |
| TURISMO Y DESARROLLO TURÍSTICO | OP | 3 | DESARROLLO LOCAL Y TURISMO | OP | 3 |

| SEGUNDO CURSO (60 ECTS) | | | | | |
|--------------------------------|------|------|----------------------|------|------|
| SEMESTRE 3 (30 ECTS) | | | SEMESTRE 4 (30 ECTS) | | |
| ASIGNATURA | TIPO | ECTS | ASIGNATURA | TIPO | ECTS |
| MARKETING INTERNACIONAL | OB | 4 | PRÁCTICAS EXTERNAS | OB | 15 |
| MARKETING PÚBLICO | OB | 4 | | | |
| DIRECCIÓN Y TÉCNICAS DE VENTAS | OB | 4 | | | |

| | | | | | |
|---|----|---|-----------------------|----|----|
| TURISMO Y MEDIOAMBIENTE | OB | 3 | | | |
| IMPLANTACIÓN DE SISTEMAS DE CALIDAD EN EMPRESAS Y ORGANIZACIONES TURÍSTICAS | OB | 5 | TRABAJO FIN DE MÁSTER | OB | 15 |
| IMPLANTACIÓN DE SISTEMAS DE GESTIÓN AMBIENTAL EN EMPRESAS Y ORGANIZACIONES TURÍSTICAS | OB | 4 | | | |
| A elegir dos entre las cuatro asignaturas siguientes: | | | | | |
| LENGUAS EXTRANJERAS PARA TURISMO (ALÉMAN, FRANCÉS O INGLÉS) | OP | 3 | | | |
| CONDUCTA DEL CONSUMIDOR TURISTA Y GESTIÓN COMERCIAL | OP | 3 | | | |
| LENGUAS EXTRANJERAS PARA TURISMO (ALÉMAN, FRANCÉS O INGLÉS) | OP | 3 | | | |
| RÉGIMEN JURÍDICO DE LA PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN DE ACTIVIDADES Y ESPACIOS DE OCIO | OP | 3 | | | |

PLANIFICACIÓN GENERAL DEL PLAN DE ESTUDIOS

El plan de estudios se ha estructurado en 7 módulos, 2 por cada uno de los 3 primeros semestres y el séptimo, constituido por el Trabajo fin de Máster y las prácticas externas que se desarrolla en el 4º semestre.

Se han diseñado 3 módulos en los que no hay optatividad y los otros 4 módulos permiten al alumno elegir el complemento optativo entre las materias de lenguas extranjeras o las materias optativas y complementarias al módulo que se ofrecen.

El plan de estudios del Máster Universitario en Dirección y Planificación del Turismo tiene un total de 120 créditos distribuidos en 2 cursos de 60 ECTS, cada uno, y estos a su vez en dos semestres de 30 ECTS, que incluyen toda la formación teórica y práctica que un estudiante debe adquirir.

Módulos y materias:

- **MÓDULO 1:** Está compuesto por las materias: El sistema turístico y su entorno económico; Lenguas Extranjeras; y Turismo y Desarrollo Económico.
- **MÓDULO 2:** Se corresponde con la Materia Instrumentos y Técnicas de Gestión de Empresas Turísticas
- **MÓDULO 3:** Se corresponde con las materias: Instrumentos y Técnicas de Gestión de Empresas Turísticas; Lenguas Extranjeras; y Desarrollo Local y Turismo.
- **MÓDULO 4:** Se corresponde con la materia Métodos y Técnicas de Investigación.
- **MÓDULO 5:** Se corresponde con las materias: Dirección de Marketing; Lenguas Extranjeras; y Conducta del Consumidor Turista y Gestión Comercial.
- **MÓDULO 6:** Se corresponde con las materias Gestión de la Calidad y del Medioambiente de las Empresas y Organizaciones Turísticas; Lenguas Extranjeras; y Régimen Jurídico de la Planificación y Gestión de Actividades y Espacios de Ocio.
- **MÓDULO 7.** Se corresponde con la materia Trabajo Fin De Máster y Prácticas Externas.

- [Requisitos de Acceso](#)
- [Perfil de ingreso](#)
- [Admisión y Criterios de Valoración](#)
- [Preinscripción y Matrícula](#)
- [Oferta de Plazas](#)

REQUISITOS DE ACCESO

Según la Normativa de la Universidad de Alicante, para acceder a las enseñanzas oficiales de Máster Universitario será necesario:

1. Estar en posesión de un TÍTULO UNIVERSITARIO OFICIAL ESPAÑOL u otro expedido por una institución de educación superior del [EEES](#) (Espacio Europeo de Educación Superior) que facultan en el país expedidor del título para el acceso a enseñanzas de Máster.
2. Estar en posesión de un TÍTULO DE EDUCACIÓN SUPERIOR EXTRANJERO que haya sido HOMOLOGADO al título que permite acceder a los estudios solicitados.
3. Estar en posesión de un TÍTULO UNIVERSITARIO obtenido en una Universidad o Centro de Enseñanza Superior de PAÍSES AJENOS AL EEES, sin necesidad de la homologación previa de sus estudios. En este supuesto hay que tener en cuenta:
 - El Título no homologado requiere un informe técnico de equivalencia expedido por la Universidad de Alicante ([ContinUA - Centro de Formación Continua](#)), por el que se deberá abonar la [tasa correspondiente](#).
 - El acceso por esta vía no implicará, en ningún caso, la homologación del título previo de que esté en posesión el/la interesado/a, ni su reconocimiento a otros efectos que el de cursar las enseñanzas de máster universitario.

PERFIL DE INGRESO

El Máster en Dirección y Planificación del Turismo está dirigido a Diplomados y Graduados en Turismo y titulados universitarios en disciplinas económicas, sociales y jurídicas que deseen adquirir una formación especializada en puestos de dirección y gestión de empresas y organizaciones turísticas.

ADMISIÓN Y CRITERIOS DE VALORACIÓN

Se establecen los siguientes criterios de valoración de méritos:

- Titulación: dando la máxima puntuación y preferencia a los alumnos con un Grado en turismo. Para alumnos procedentes de otras titulaciones, esta puntuación variará en función del grado de relación con el turismo de la titulación aportada por el alumno.
- Experiencia profesional en turismo.
- Conocimiento de idiomas.
- Formación especializada en turismo.

Además, como requisito indispensable de admisión se establece que el alumno acredite el dominio del idioma castellano, de alguna de las siguientes formas:

- Contar con una titulación en país de habla hispana.
- Contar con el nivel básico de español del Instituto Cervantes.
- Haber superado un curso avanzado de español de la Universidad de Alicante.
- Contar con un título que acredite un nivel de castellano equivalente a los anteriores.

En todo caso, la Comisión Académica del Máster, se reserva el derecho de realizar alguna entrevista personal o prueba para comprobar el nivel de castellano de los alumnos de nuevo ingreso.

PREINSCRIPCIÓN Y MATRÍCULA

PREINSCRIPCIÓN [+info](#)

El alumno interesado en cursar un Máster Oficial en la UA, deberá realizar una preinscripción en los plazos y condiciones que se establezcan anualmente.

Plazos de Preinscripción

Preguntas frecuentes

MATRÍCULA [+info](#)

Tras la publicación de las listas definitivas de admitidos se enviará por correo electrónico a los alumnos admitidos una contraseña que servirá de identificación de usuario para poder matricularse a través de **Campus Virtual** en los plazos y condiciones que se establezcan anualmente.

En el procedimiento de matrícula, los **documentos expedidos en el extranjero** deberán ser oficiales y estar debidamente legalizados y traducidos, más información:

- <http://sga.ua.es/es/normativa-academica/legalizacion/legalizacion-de-documentos.html>

OFERTA DE PLAZAS

| CURSO | OFERTA DE PLAZAS |
|---------|------------------|
| 2012-13 | 30 |
| 2013-14 | 35 |
| 2014-15 | 35 |
| 2015-16 | 35 |
| 2016-17 | 35 |

- [Orientación](#)
- [Perfil de especialización](#)
- [Perfil profesional](#)

ORIENTACIÓN

Profesional y de investigación.

PERFIL DE ESPECIALIZACIÓN DEL TÍTULO

El turismo contribuye al desarrollo de los espacios socioeconómicos y tiene su soporte en el territorio a través de los distintos recursos existentes en el mismo: naturales, culturales, sociales y mediante distintas acciones y proyectos pueden convertir o transformar un recurso en producto turístico. Pero además, como actividad económica demanda y consume recursos que en la mayoría de los casos tienen un carácter público y cuya gestión es competencia de los poderes públicos. Por tanto, el renombrado carácter interdisciplinar del turismo no viene solo definido por el ámbito del impacto turístico en los destinos, sino también por los diferentes perfiles profesionales que requiere el turismo para su desarrollo. Por ello los perfiles que tratará de cubrir el Máster son los siguientes:

1. **PLANIFICADOR Y GESTOR DE DESTINOS:** Tradicionalmente la gestión turística de los destinos está vinculada a la administración pública, y la misma ha implantando o desarrollado distintas organizaciones administrativas que han asumido las competencias en materia de turismo. La relación constante y permanente que se establece entre la administración pública, la gestión de lo público y el sector privado y las demandas de los visitantes es muy superior en el caso del turismo por lo señalado anteriormente si lo comparamos con otros sectores económicos y por consiguiente es imprescindible considerar a la Planificación y Gestión Pública de Destinos como un elemento de suma importancia dentro de las áreas que han de desarrollarse dentro del Máster. Más si cabe cuando hay un crecimiento de figuras y organizaciones que integran o son responsables de este ámbito. Las propias administraciones públicas a través de sus ministerios, secretarías, subsecretarías, consejerías, vice-consejerías, direcciones generales, concejalías, etc., que tienen competencias en materia de turismo y que deben por consiguiente conocer la realidad de un sector y su funcionamiento. Por otra parte, están las empresas o instituciones bajo distintas formas societarias pero con capital público, como las sociedades de turismo de las Comunidades Autónomas, que entre sus cometidos está la comercialización de los destinos. Otras instituciones como consorcios, patronatos, fundaciones y un largo etc, se convierten en elementos de referencia cuando hablamos de gestionar un destino. Y no debe olvidarse las relaciones supramunicipales, como comarcas o mancomunidades, que en numerosos casos llevan a cabo iniciativas en materia turística, o los fondos europeos. Destacar asimismo el desarrollo en estos últimos años de los denominados Planes de Excelencia Turística y de Dinamización turística, verdaderos catalizadores de iniciativas y fondos para la dinamización turística de nuestro país. Por consiguiente, la necesidad de disponer de personal cualificado que pueda asumir la dirección, gestión y planificación de un destino es una variable clave para el desarrollo de una actividad turística sostenible y adecuada a las necesidades y recursos disponibles.
 1. **Gerente de destinos (Administraciones, patronatos, sociedades mixtas...):** Es el responsable de la planificación y gestión de un destino así como de los proyectos que se vayan a realizar en el mismo para dinamizarlo. Fijará las orientaciones estratégicas de actuación y promoción, los objetivos a alcanzar y los medios para llevarlos a cabo tras analizar y evaluar los diferentes componentes del mercado. Bajo su responsabilidad está la gestión de todos los servicios turísticos municipales o comarcales en cuanto a organización y correcto funcionamiento. Establecerá los medios necesarios para el desarrollo de una correcta relación entre las administraciones y agentes sociales vinculados al destino. Como gestor empresarial se ocupará del control y supervisión financiera de la entidad que represente, además de captar y desarrollar las actividades necesarias para la obtención de fondos administrando correctamente los bienes públicos a su disposición.
 2. **Gerente de Planes de Destinos:** Es el responsable del plan turístico de un destino y aplica las propuestas de actuación de acuerdo a lo acordado en las comisiones de gestión. Asumirá el control y supervisión financiera del Plan, gestionando las anualidades y la correcta aplicación presupuestaria correspondiente a cada plan. Realiza la coordinación de los planes de comunicación para asegurar la promoción de identidad y de imagen del mismo.
 3. **Director de Programas de Destinos:** Responsable del aprovechamiento turístico de las oportunidades generadas por un proyecto de desarrollo. Elabora y propone las líneas estratégicas de promoción de los programas del destino así como la gestión de los mismos desde el punto de vista de la organización de los servicios turísticos. Vela por el

cumplimiento de los objetivos del programa, coordinando y realizando el control de las empresas contratadas para la ejecución de los proyectos. Bajo su responsabilidad estará la gestión de los programas y proyectos turísticos municipales o comarcales en cuanto a organización y correcto funcionamiento, así como la posibilidad de proponer líneas de actuación relacionadas con el destino y su ejecución presupuestaria del Programa.

4. **Técnico de Planificación Turística:** Responsable de la planificación turística en administraciones públicas a cualquier nivel territorial. Se encarga de la definición de estrategias de puesta en valor de recursos, desarrollo de productos y dinamización territorial en su ámbito de actuación. Aplica instrumentos de planificación de carácter territorial y estratégico.
2. **DIRECTOR DE PRODUCTO TURÍSTICO:** Ámbito profesional estrechamente ligado a todo lo relacionado con el ocio y la recreación. A menudo hace referencia al principal componente motivacional de un viaje. Tienen que ver con los argumentos, los contenidos y los valores de un destino. Se requiere de profesionales que se encarguen de la puesta en valor de los productos, su planificación, su promoción y su comercialización. Se trata de profesionales que deben tener las características de lo que generalmente se denomina Product Manager. Deben conocer las características de los productos/destinos y saber identificar sus potencialidades. Deben tener una visión innovadora y adaptada a las nuevas tendencias. Deben ser capaces de integrar los productos en los destinos. El trabajo profesional asociado a este ámbito puede realizarse tanto desde la perspectiva de organizaciones de titularidad pública como privada. Se trata de una actividad directamente vinculada con el desarrollo local. La Secretaría General de Turismo tiene previsto el desarrollo de una línea de incentivos para la creación de Planes de Dinamización de Productos Turísticos en colaboración con las Administraciones Autonómicas y Locales.
 1. **Gestor de Productos Específicos:** Responsable de la planificación, promoción, comercialización y gestión de productos específicos en ámbitos especializados (eventos, golf, nieve, activo náutico, sol y playa, rural, cultural...). Se encarga de identificar oportunidades, crear nuevos productos y orientarlos a mercados específicos. Su actividad se orienta tanto al diseño de nuevos productos en un ámbito organizativo estructurado (por ejemplo, una estación de esquí) como a la creación de nuevas posibilidades de desarrollo turístico en ámbitos incipientes en modalidades específicas.
 2. **Técnico de Desarrollo del Producto Turístico:** Responsable del desarrollo del producto turístico. Se encarga de la planificación y ejecución de la gestión operativa de un producto específico.
3. **DIRECTOR CORPORATIVO DE ORGANIZACIONES:** Comprende al conjunto de profesionales que ocupan la alta dirección de las organizaciones privadas (tengan o no ánimo de lucro). La alta dirección está conformada por los niveles jerárquicos superiores de las estructuras organizativas. Está compuesto por directivos que tienen como características diferenciadoras que supervisan habitualmente a otros directivos y que no están sometidos al control de otros miembros de la organización (aunque sí por parte de los propietarios, de los socios o de los delegados de los mismos, como ocurre con los consejos de administración). Este tipo de directivos se encarga de las principales relaciones de la empresa con su entorno, intentando adaptarse a los cambios del mismo, introduciendo innovaciones y posicionándose competitivamente respecto a los rivales. Son los encargados de marcar el camino de la organización en el largo plazo. En el ámbito turístico este perfil aparece de forma clara en los puestos de las direcciones corporativas de los grandes grupos empresariales. Las grandes empresas turísticas españolas han venido conformando grupos empresariales integrados verticalmente para ocupar buena parte del negocio turístico completo. La dirección corporativa de estas grandes corporaciones corresponde a este perfil, pero también el de cada una de las divisiones que la conforman. Habitualmente son empresas autónomas vinculadas al grupo por participaciones en su capital. Existen también corporaciones empresariales en las que sólo una parte de su actividad está ligada a la actividad turística y sus máximos directivos también deben ser considerados en este perfil. Sin embargo, la mayoría de las organizaciones turísticas privadas españolas son de una dimensión más pequeña y no presentan esta complejidad estructural. En la pequeña y mediana empresa turística la dirección corporativa corresponde habitualmente a los propietarios, pero en un proceso de profesionalización cada vez más acentuado, está siendo ocupada por personal directivo de alta cualificación. También existen diversas entidades privadas sin ánimo de lucro que normalmente agrupan a otras organizaciones para promover sus intereses conjuntos (como las asociaciones hoteleras a nivel de provincia o zona turística), con una alta dirección que necesita una capacitación similar a las de las empresas, aunque sus resultados no sean el reflejo de una actividad comercial.
 1. **Gerente de entidades no lucrativas de turismo:** Debe ser un profundo conocedor del sector o sectores cuyas empresas representa y del ámbito geográfico concreto en que opera y debe saber gestionar redes complejas, conociendo la posición de poder que ocupa su organización y las empresas e instituciones que la conforman y las relaciones posibles dentro de redes mayores, particularmente en las que se encuentran los organismos públicos y los terceros interesados. Será el encargado de definir estrategias de actuación conjunta para los asociados y prestar servicios comunes a éstos, promoviendo la cooperación de sus socios o afiliados, por lo que dominará la planificación y la gestión operativa de las acciones encomendadas a su organización (promoción, formación, negociación, etc.).
 2. **Director de Grupo Empresarial Turístico (cadena hotelera, intermediación, corporaciones de ocio...):** Debe dominar el posicionamiento estratégico global de su organización, tanto para competir con sus rivales como para situarse convenientemente en las diversas redes en que ésta está inmersa y debe coordinar los distintos negocios y áreas funcionales de su organización para lograr su correcta integración. Por tanto, dominará la dirección estratégica, será capaz de analizar convenientemente su entorno, comprenderá el papel de los recursos y capacidades que debe poseer su organización para afrontar el futuro y debe desarrollar sus capacidades creativas, de innovación y de

negociación (con agentes internos y externos).

3. **Director de Empresa Turística:** Gestionará el máximo nivel empresarial en una organización privada de tamaño mediano o pequeño, por lo que debe saber enfrentarse a los mercados, a los competidores, a las políticas públicas, a las presiones de terceros interesados (trabajadores, consumidores, redes externas...) y, a la vez, integrar las distintas áreas operativas y de negocio que eventualmente pueda tener su organización. Debido a la falta de estructuras directivas intermedias en sus organizaciones, tendrán que asumir procesos complejos de toma de decisiones y de análisis de problemas sin mucho apoyo técnico, por lo que deben estar familiarizados con el negocio, con las distintas áreas funcionales y con las habilidades directivas básicas.
4. **Director de División Turística de un Grupo Empresarial:** Debe conocer los elementos esenciales de la planificación estratégica para buscar una posición competitiva favorable y duradera para su negocio dentro del grupo, lo que implica conocer completamente su sector (competidores, proveedores, clientes, terceros interesados...) y cómo evolucionará con el tiempo. También se encargará de fijar la estrategia competitiva y de hacer que las unidades operativas las lleven a efecto.
4. **DIRECTOR OPERATIVO:** Comprende el conjunto de profesionales que se ocupan de la gestión de las áreas presentes en una organización de tamaño mediano o pequeño las cuales pueden ser independientes o estar integradas en un grupo empresariales. Su función abarca la gestión, integración y control de las diferentes áreas de organización, la planificación de los sistemas de información y el análisis e interpretación de los sistemas de toma de decisiones.
 1. **Director de Información, Promoción y comercialización turística:** Ejerce las responsabilidades en la planificación, organización, gestión, difusión e integración de la información turística como la promoción y comercialización de la misma.
 2. **Director de producto dentro de una organización (Servicios Spa...):** Tienen la responsabilidad de dirigir la investigación, planificación, diseño, desarrollo y gestión de servicios y productos específicos de empresas u organizaciones, las cuales pueden ser independientes o estar integradas en un grupo empresarial. Con el objetivo de innovar, posicionarse en el sector y obtener ventajas competitivas.
 3. **Director de Áreas de Gestión:** Asume la responsabilidad de alguno de los departamentos de los que se compone una empresa (operaciones, sistemas de información, calidad, gestión económico-financiera, comercial, recursos humanos, etc.).
5. **RESPONSABLE DE I+D+I:** Coordina las áreas, departamentos o centros que tengan como objetivos la detección y el estudio de los problemas y retos que afectan al turismo. Para ello deberán llevar a cabo el análisis de su realidad actual y de sus perspectivas de futuro, planteando acciones encaminadas a la mejora de la competitividad, el progreso y la innovación turística. Todo ello en el ámbito de las empresas privadas o de las instituciones públicas.
 1. **Consultor / Asesor:** Tiene como misión planificar, ejecutar y seguir los estudios que le sean encargados, con el fin de recomendar las actuaciones y medidas apropiadas y de prestar asistencia en la aplicación de dichas recomendaciones.
 2. **Analista:** Tiene como misión recopilar información disponible, dentro del marco teórico que le sea aplicable, con la finalidad de extraer conclusiones que propicien y contribuyan a la toma de decisiones.
6. **PROFESOR/AYUDANTE INVESTIGADOR:** La actividad turística necesita de un capital humano cada vez más capacitado que se dedique tanto a la enseñanza como a la investigación y a la realización de informes. En este sentido se propone la necesidad de: a) Profesores que impartan docencia en turismo en los distintos niveles y que sepan abordar los temas tanto desde el punto de vista técnico como las interpretaciones teóricas pertinentes b) Investigadores acreditados por la estructura académica –doctores– que dominen las teorías, los métodos y las técnicas de investigación y que tenga experiencia en su aplicación al turismo. También deben tener conocimiento de los nuevos temas y problemas del turismo para contribuir a los avances en I+D+I Para ello resulta necesario el trabajo conjunto en las distintas plataformas de enseñanza superior e investigación, en colaboración con las organizaciones que planifican y prestan servicios a los turistas. El turismo es un sector de actividad específico, con prácticas y problemáticas propias y diferenciadas de otros sectores. A su vez, el turismo se convirtió en un área específica de docencia e investigación que tiene su propia dinámica y perfil, para ello se necesita la creación de un área académica de turismo que sirva para profundizar en la especificidad de la materia y para que los nuevos doctores en turismo puedan incorporarse a la estructura universitaria.
 1. **Ayudante de Investigación:** Debe tener alta formación en teoría, métodos y técnicas de investigación Realizará investigaciones de I+D, así como informes para distinto tipo de organizaciones. Se preocupará por realizar publicaciones y por organizar y asistir a congresos en los que se debatan las investigaciones.
 2. **Profesor:** Debe preocuparse por estar informado de los avances en las investigaciones sobre turismo e integrar los adelantos en los materiales de docencia. Debido a la abundancia de datos que existen sobre turismo, sabrá esquematizarlos y darle sentido general para transmitirlos a los alumnos. Se preocupará por la formación y publicará materiales de trabajo dirigidos a los alumnos.

PERFILES PROFESIONALES DEL TÍTULO

Profesiones para las que capacita

El título habilita para el ejercicio de las siguientes profesiones:

- Planificador y gestor de destinos: gerente de destinos (Administraciones, patronatos, sociedades mixtas...), gerente de planes de destinos, director de programas de destinos, técnico de planificación turística.
- Director de Producto Turístico: gestor de productos específicos, técnico de desarrollo del producto turístico.
- Director corporativo de organizaciones: gerente de entidades no lucrativas de turismo, director de grupo empresarial turístico (cadena hotelera, intermediación, corporaciones de ocio...), director de empresa turística, director de división turística de un grupo empresarial.
- Director operativo de empresa turística: director de información, promoción y comercialización turística, director de producto dentro de una organización (servicios spa...) y director de áreas de gestión.
- Director de I+D+I: consultor, asesor o analista.
- Profesor y ayudante de investigación.

CALENDARIO DE IMPLANTACIÓN

1. Cronograma de implantación del Título

| Curso académico | Implantación del Máster |
|-----------------|-------------------------|
| 2010-2011 | Primer y segundo curso |

2. Procedimiento de adaptación, en su caso, de los estudiantes de los estudios existentes al nuevo plan de estudios

La adaptación es automática puesto que el plan de estudios es el mismo que el que se extingue.

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

Máster Oficial en Dirección y Planificación del Turismo.

- [Memoria Verificada](#)
- [Resolución Consejo de Universidades \(CU\): Verificación positiva](#)
- [Resolución Consejo de Universidades \(CU\): Renovación de la acreditación](#)
- [Autorización de la Generalitat Valenciana](#)

Sistema de Garantía Interna de Calidad (SGIC) del Título

- Estructura del Centro para la Calidad
 - [Comisión de Garantía Interna de Calidad](#)
 - [Otras Comisiones](#)
- [Manual SGIC](#)
- [Procedimientos](#)
 - [Estratégicos \(PE\)](#)
 - [Clave \(PC\)](#)
 - [Apoyo \(PA\)](#)
 - [Medida \(PM\)](#)
- [Gestión del SGIC \(Acceso a ASTUA\)](#)

Seguimiento del Título

- [Autoinformes UA](#)
- [Informes externos AVAP](#)
- [Otros informes](#)
- [Planes de mejora](#)
- [Progreso y resultados del aprendizaje](#)

| Información del Centro | Información general para el alumno |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none">• Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales Secretaría de la Facultad (Edificio Germán Bernácer) <p>Campus de San Vicente del Raspeig Ctra. de Alicante s/n 03690 San Vicente del Raspeig (Alicante) Teléfono:+ 34 96 590 3670/3671/3770 Fax:+ 34 96 590 9789 _master.economicas@ua.es _economicas.ua.es/es/</p> <ul style="list-style-type: none">• Centro de Formación Continua (ContinUA) <p>Solo para el proceso de preinscripción</p> <p>Edificio Germán Bernácer, planta baja Teléfono: + 34 96 590 9422 Fax: + 34 96 590 9442 continua@ua.es http://web.ua.es/es/continua</p> | <ul style="list-style-type: none">• Becas y ayudas• Alojamiento• Comedores y cafeterías• Transporte• Atención médica de urgencia• Seguros• Atención estudiantes con necesidades especiales• Representación y participación estudiantil• Tarjeta de identificación universitaria (TIU)• Preguntas frecuentes |
| Normativa general de la UA | + Información titulación |
| <ul style="list-style-type: none">• Normativa y procedimientos académicos de la Universidad de Alicante | <ul style="list-style-type: none">• BOE de publicación del plan de estudios Corrección de errores• Web propia• Folleto informativo• Datos del título en el RUCT |