

**23933** RESOLUCIÓN de 20 de noviembre de 2003, de la Universidad de Vigo, por la que se ordena la publicación de la modificación del plan de estudios conducente al título de licenciado en Psicopedagogía de la Facultad de Ciencias de la Educación de Ourense.

Homologada la modificación del régimen de acceso al segundo ciclo del plan de estudios de licenciado en Psicopedagogía, publicado en el BOE de 22 de agosto de 2000, por acuerdo de la Comisión Académica del Consejo de Coordinación Universitaria de fecha el 31 de octubre de 2003,

Este Rectorado, de conformidad con lo previsto en el artículo 10.2 del Real Decreto 1497/1987, de 27 de noviembre («Boletín Oficial de Estado» de 14 de diciembre), resuelve ordenar la publicación de la citada modificación cuyo contenido es el siguiente:

1.a) Régimen de acceso al segundo ciclo: El régimen de acceso al segundo ciclo de la titulación de licenciado en Psicopedagogía es el establecido por la normativa vigente: «Orden de 22 de diciembre de 1992», BOE 13 de enero de 1993 (se establecen estudios previos del primer ciclo y complementos de formación).

Vigo, 20 de noviembre de 2003.—El Rector, Por suplencia (RR 10/11/03), el Vicerrector de Investigación, Salustiano Mato de la Iglesia.

**23934** RESOLUCIÓN de 20 de noviembre de 2003, de la Universidad de Vigo, por la que se ordena la publicación del plan de estudios conducente a la obtención del título de diplomado en Turismo de la Facultad de Ciencias Empresariales de Ourense.

Homologado el plan de estudios de Diplomado en Turismo, por acuerdo de la Comisión Académica del Consejo de Coordinación Universitaria, de fecha 31 de octubre del 2003,

Este Rectorado, de conformidad con lo previsto en el artículo 10.2 del Real Decreto 1497/1987, de 27 de noviembre («Boletín Oficial de Estado» de 14 de diciembre), resuelve ordenar la publicación del mencionado plan de estudios que quedará estructurado conforme figura en el siguiente anexo a la presente resolución.

Vigo, 20 de noviembre de 2003.—El Rector, por suplencia (RR 10/11/03), el Vicerrector de Investigación, Salustiano Mato de la Iglesia.

**ANEXO**

ANEXO 2 – A. Contenido del Plan de Estudios

UNIVERSIDAD **VIGO**

PLAN DE ESTUDIOS CONDUENTE AL TÍTULO DE

**DIPLOMADO EN TURISMO**

**1.- MATERIAS TRONCALES**

Ciclo	Curso (1)	Denominación (2)	Asignatura/s en las que la Universidad en su caso, organiza/diversifica la materia troncal (3)	Créditos anuales (4)			Breve descripción del contenido	Vinculación a áreas de conocimiento (5)
				Totales	Teóricos	Práctico/ Clínicos		
1	1º	IDIOMAS	INGLÉS PARA EL TURISMO I	4,5 (4,5T+0A)	1,5	3	INTENSIFICACIÓN Y PERFECCIONAMIENTO DEL IDIOMA INGLÉS, CON ESPECIAL APLICACIÓN AL SECTOR TURÍSTICO.	-FILOLOGÍA INGLESA
	1º		SEGUNDO IDIOMA PARA EL TURISMO I: ALEMÁN, FRANCÉS, PORTUGUÉS *	4,5 (4,5T+0A)	1,5	3	INTENSIFICACIÓN Y PERFECCIONAMIENTO DE UN SEGUNDO IDIOMA (ALEMÁN, FRANCÉS, PORTUGUÉS), CON ESPECIAL APLICACIÓN AL SECTOR TURÍSTICO.	-FILOLOGÍA ALEMANA -FILOLOGÍA FRANCESA -FILOLOGÍAS GALLEGA Y PORTUGUESA
1	1º	DERECHO Y LEGISLACIÓN	INTRODUCCIÓN AL DERECHO EMPRESARIAL	4,5 (4,5T+0A)	3	1,5	INTRODUCCIÓN AL DERECHO. DERECHO DE LA CONTRATACIÓN Y DEL CONSUMO EN EL SECTOR TURÍSTICO. LEGISLACIÓN ESPECÍFICA DEL TURISMO.	-DERECHO ADMINISTRATIVO -DERECHO CIVIL -DERECHO DEL TRABAJO Y DE LA SEGURIDAD SOCIAL -DERECHO FINANCIERO Y TRIBUTARIO
	2º		DERECHO TURÍSTICO	6 (4,5T+1,5A)	4,5	1,5	INTRODUCCIÓN AL DERECHO. DERECHO DE LA CONTRATACIÓN Y DEL CONSUMO EN EL SECTOR TURÍSTICO. LEGISLACIÓN ESPECÍFICA DEL TURISMO.	-DERECHO ADMINISTRATIVO -DERECHO CIVIL -DERECHO DEL TRABAJO Y DE LA SEGURIDAD SOCIAL -DERECHO FINANCIERO Y TRIBUTARIO -DERECHO MERCANTIL

\* A elegir por el alumno.

## ANEXO 2 - A. Contenido del Plan de Estudios

UNIVERSIDAD **VIGO**

PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTE AL TÍTULO DE

**DIPLOMADO EN TURISMO**

1º	1º	INTRODUCCIÓN A LA ECONOMÍA	INTRODUCCIÓN A LA ECONOMÍA	6 (6T+0A)	4,5	1,5	INTRODUCCIÓN AL ANÁLISIS ECONÓMICO, CON ESPECIAL REFERENCIA AL TURISMO.	-ECONOMÍA APLICADA -FUNDAMENTOS DEL ANÁLISIS ECONÓMICO
1	1º	ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN DE EMPRESAS	INTRODUCCIÓN A LA ECONOMÍA EMPRESARIAL	6 (6T+0A)	4,5	1,5	ANÁLISIS DE LAS ESTRUCTURAS ORGANIZATIVAS Y DE LOS RECURSOS HUMANOS EN LAS EMPRESAS TURÍSTICAS.	-ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS
	1º		ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS	6 (3T+3A)	4,5	1,5	ANÁLISIS DE LAS ESTRUCTURAS ORGANIZATIVAS Y DE LOS RECURSOS HUMANOS EN LAS EMPRESAS TURÍSTICAS.	-ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS
1	1º	CONTABILIDAD	CONTABILIDAD I	4,5 (3T+1,5A)	3	1,5	CONTABILIDAD FINANCIERA Y DE COSTES APLICADAS AL TURISMO.	-ECONOMÍA FINANCIERA Y CONTABILIDAD
	1º		CONTABILIDAD II	4,5 (3T+1,5A)	3	1,5	CONTABILIDAD FINANCIERA Y DE COSTES APLICADAS AL TURISMO.	-ECONOMÍA FINANCIERA Y CONTABILIDAD
1	2º	MÁRKETING TURÍSTICO	MÁRKETING TURÍSTICO	6 (6T+0A)	4,5	1,5	CREACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS, DETERMINACIÓN DE PRECIOS, COMUNICACIÓN Y DISTRIBUCIÓN.	-COMERCIALIZACIÓN E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS
1	2º	OPERACIONES Y PROCESOS DE PRODUCCIÓN	OPERACIONES Y PROCESOS DE PRODUCCIÓN	6 (6T+0A)	4,5	1,5	OPERACIONES Y PROCESOS DE RESERVA, TAURACIÓN, ALOJAMIENTO, INTERMEDIACIÓN TURÍSTICA Y OCIO.	-ECONOMÍA APLICADA -NUTRICIÓN Y BROMATOLOGÍA -ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS -SOCIOLOGÍA -TECNOLOGÍA DE LOS ALIMENTOS

## ANEXO 2 - A. Contenido del Plan de Estudios

UNIVERSIDAD **VIGO**

PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTE AL TÍTULO DE

**DIPLOMADO EN TURISMO**

1	2º	ESTRUCTURA DE MERCADOS	ESTRUCTURA DE MERCADOS	6 (6T+0A)	3	3	ANÁLISIS DE LOS FLUJOS TURÍSTICOS. ESTRUCTURA DE LOS MERCADOS TURÍSTICOS. OFERTA Y DEMANDA.	-ECONOMÍA APLICADA -PSICOLOGÍA SOCIAL -SOCIOLOGÍA
1	2º	RECURSOS TERRITORIALES TURÍSTICOS	RECURSOS TERRITORIALES TURÍSTICOS I	4,5 (4,5T+0A)	3	1,5	ESTUDIO DEL MEDIO PARA EL DESARROLLO DE TURISMO. SU IMPLANTACIÓN Y ORDENACIÓN EN EL ESPACIO.	-ANÁLISIS GEOGRÁFICO REGIONAL -ECOLOGÍA -GEOGRAFÍA HUMANA
	2º		RECURSOS TERRITORIALES TURÍSTICOS II	4,5 (4,5T+0A)	3	1,5	ESTUDIO DEL MEDIO PARA EL DESARROLLO DE TURISMO. SU IMPLANTACIÓN Y ORDENACIÓN EN EL ESPACIO.	-ANÁLISIS GEOGRÁFICO REGIONAL -ECOLOGÍA -GEOGRAFÍA HUMANA
1	2º	PATRIMONIO CULTURAL	PATRIMONIO CULTURAL	6 (6T+0A)	3	3	MANIFESTACIONES ARTÍSTICAS Y CULTURALES. ANÁLISIS DEL PATRIMONIO CULTURAL COMO RECURSO TURÍSTICO.	-ANTROPOLOGÍA SOCIAL -HISTORIA DEL ARTE
1	3º	PRÁCTICUM	PRÁCTICUM	10 (10T+0A)	0	10	PRÁCTICAS EN ORGANIZACIONES E INSTITUCIONES DE TURISMO.	-TODAS LAS ÁREAS DE LA TITULACIÓN

## ANEXO 2 – B. Contenido del Plan de Estudios

UNIVERSIDAD **VIGO**

PLAN DE ESTUDIOS CONDUENTE AL TÍTULO DE

**DIPLOMADO/A EN TURISMO****1.- MATERIAS OBLIGATORIAS DE UNIVERSIDAD**

Ciclo	Curso (1)	Denominación (2)	Créditos anuales (4)			Breve descripción del contenido	Vinculación a áreas de conocimiento (5)
			Totales	Teóricos	Práctico/ Clínicos		
1	1º	SOCIOLOGÍA	4,5	3	1,5	INTRODUCCIÓN A LOS CONCEPTOS, TEORÍA Y MÉTODOS DE LA SOCIOLOGÍA DE LA EMPRESA TURÍSTICA. LA EMPRESA TURÍSTICA COMO ORGANIZACIÓN SOCIAL E INSTITUCIÓN. LOS RECURSOS HUMANOS EN LA EMPRESA: SU DIMENSIÓN SOCIAL.	-SOCIOLOGÍA
1	1º	ECONOMÍA ESPAÑOLA Y MUNDIAL	6	3	3	LA ECONOMÍA ESPAÑOLA EN EL CONTEXTO EUROPEO Y MUNDIAL. ESTRUCTURA Y EVOLUCIÓN DE LOS SECTORES PRODUCTIVOS, CON ESPECIAL REFERENCIA AL TURISMO. ASPECTOS INSTITUCIONALES, MERCADO DE TRABAJO Y MERCADOS FINANCIEROS.	-ECONOMÍA APLICADA
1	1º	MATEMÁTICAS	4,5	3	1,5	LOS NÚMEROS REALES. POLINOMIOS Y FACTORIZACIÓN. EXPRESIONES RACIONALES. RADICACIÓN. ECUACIONES Y DESIGUALDADES. SISTEMAS DE ECUACIONES LINEALES. DERIVADAS E INTEGRALES. TIPOS DE INTERÉS: SIMPLE Y COMPUESTO. PROGRESIONES.	-ECONOMÍA APLICADA

## ANEXO 2 – B. Contenido del Plan de Estudios

UNIVERSIDAD **VIGO**

PLAN DE ESTUDIOS CONDUENTE AL TÍTULO DE

**DIPLOMADO/A EN TURISMO**

1	1º	ESTADÍSTICA	4,5	3	1,5	ESTADÍSTICA DESCRIPTIVA, DISTRIBUCIONES UNI Y MULTIDIMENSIONALES. REGRESIÓN Y CORRELACIÓN. NÚMEROS INDICES Y SERIES CRONOLÓGICAS.	-ESTADÍSTICA E INVESTIGACIÓN OPERATIVA
1	2º	INGLÉS PARA EL TURISMO II	4,5	1,5	3	INTENSIFICACIÓN Y PERFECCIONAMIENTO DEL IDIOMA INGLÉS, CON ESPECIAL APLICACIÓN AL SECTOR TURÍSTICO.	-FILOLOGÍA INGLESA
1	2º	SEGUNDO IDIOMA PARA EL TURISMO II: ALEMÁN, FRANCÉS, PORTUGUÉS *	4,5	1,5	3	INTENSIFICACIÓN Y PERFECCIONAMIENTO DEL SEGUNDO IDIOMA (FRANCÉS, ALEMÁN O PORTUGUÉS), CON ESPECIAL APLICACIÓN AL SECTOR TURÍSTICO.	-FILOLOGÍA ALEMANA -FILOLOGÍA FRANCESA -FILOLOGÍAS GALLEGA Y PORTUGUESA
1	2º	RECURSOS HUMANOS DE EMPRESAS TURÍSTICAS	4,5	3	1,5	PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA DE LOS RECURSOS HUMANOS. SELECCIÓN E INCORPORACIÓN DE RECURSOS HUMANOS. DESARROLLO, RETRIBUCIÓN Y FIDELIZACIÓN DE RECURSOS HUMANOS. HABILIDADES DIRECTIVAS.	-ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS
1	2º	MÁRKETING DE SERVICIOS	4,5	3	1,5	CARACTERÍSTICAS DE LOS SERVICIOS. EL MERCADO DE SERVICIOS. PLAN DE MÁRKETING DE LOS SERVICIOS.	-COMERCIALIZACIÓN E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

## ANEXO 2 – B. Contenido del Plan de Estudios

UNIVERSIDAD **VIGO**

PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTE AL TÍTULO DE

**DIPLOMADO/A EN TURISMO**

1	3º	DIRECCIÓN ESTRATÉGICA	4,5	3	1,5	ENTORNO Y COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL. DIRECCIÓN ESTRATÉGICA: RASGOS ACTUALES. EL PROCESO DE DESARROLLO DE LOS PLANES. ANÁLISIS Y DIAGNÓSTICO INTERNO Y EXTERNO. POSICIONAMIENTO ESTRATÉGICO. FORMALIZACIÓN E IMPLANTACIÓN DEL PLAN ESTRATÉGICO.	-ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS
1	3º	INGLÉS PARA EL TURISMO III	4,5	1,5	3	PROFUNDIZACIÓN EN EL CONOCIMIENTO Y PRÁCTICA DE LA LENGUA INGLESA EN EL SECTOR TURÍSTICO.	-FILOLOGÍA INGLESA

## ANEXO 2 – C. Contenido del Plan de Estudios

UNIVERSIDAD **VIGO**

PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTE AL TÍTULO DE

**DIPLOMADO/A EN TURISMO**

3.- MATERIAS OPTATIVAS (en su caso)					Créditos totales para optativas : 36 -Por Ciclo: 36 -Por Curso: 36 (3º)	
Denominación	Créditos anuales			Breve descripción del contenido	Vinculación a áreas de conocimiento	
	Totales	Teóricos	Práctico/ Clínicos			
<b>ITINERARIO 01: DIRECCIÓN Y GESTIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS</b>						
GESTIÓN DE LA CALIDAD DE LOS PROCESOS TURÍSTICOS	4,5	3	1,5	FUNDAMENTOS DE LA GESTIÓN DE LA CALIDAD. TRABAJO EN EQUIPO Y MEJORA CONTINUA DE LA CALIDAD. NORMALIZACIÓN Y GESTIÓN DE LA CALIDAD EN LA EMPRESA. MODELOS ISO 9000:2000. EXCELENCIA Y GESTIÓN DE CALIDAD EN LA EMPRESA. MODELO EFQM:2000. Q DE CALIDAD. CALIDAD EN LOS SERVICIOS. CALIDAD TOTAL EN EMPRESAS DE SERVICIO: LA RECUPERACIÓN DEL SERVICIO. APLICACIONES DE LA GESTIÓN DE CALIDAD EN EMPRESAS TURÍSTICAS.	-ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS	
GESTIÓN DE EMPRESAS HOTELERAS, DE RESTAURACIÓN, TURÍSTICAS Y DE OCIO	4,5	3	1,5	ANÁLISIS DE LAS ESTRUCTURAS Y ORGANIZACIÓN DE LAS EMPRESAS DE ALOJAMIENTO, INTERMEDIACIÓN TURÍSTICA Y DE OCIO. ANÁLISIS DE LOS ASPECTOS OPERACIONALES DE LA GESTIÓN HOTELERA. ESTRUCTURA ACTUAL DE LAS EMPRESAS MAYORISTAS Y DE INTERMEDIACIÓN. LA DIVERSIFICACIÓN DE LAS LÍNEAS DE NEGOCIO EN UN NUEVO ENTORNO COMPETITIVO. CAMBIOS EN LAS RELACIONES CON EMPRESAS PROVEEDORAS DE SERVICIOS DE TRANSPORTE. LA ADAPTACIÓN DE LAS AGENCIAS DE VIAJES A LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN. ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS DE ALOJAMIENTO. CONCEPTO Y TIPOLOGÍA DE OCIO. GESTIÓN DE EMPRESAS DE OCIO.	-ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS	

## ANEXO 2 – C. Contenido del Plan de Estudios

UNIVERSIDAD

VIGO

PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTE AL TÍTULO DE

DIPLOMADO/A EN TURISMO

INVESTIGACIÓN DE MERCADOS TURÍSTICOS	4,5	3	1,5	EL PROCESO DE INVESTIGACIÓN COMERCIAL EN EL SECTOR TURÍSTICO. LOS MÉTODOS DE RECOGIDA DE DATOS DE LOS MERCADOS TURÍSTICOS. MÉTODOS PARA EL ANÁLISIS DE DATOS TURÍSTICOS. PREPARACIÓN Y DISEÑO DEL INFORME FINAL.	-COMERCIALIZACIÓN E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS
FISCALIDAD DE LAS EMPRESAS TURÍSTICAS	4,5	3	1,5	FISCALIZACIÓN DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA: ACTIVIDADES ECONÓMICAS, IMPUESTO DE SOCIEDADES E IVA.	-ECONOMÍA APLICADA
CREACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS	4,5	3	1,5	EMPRENDEDOR, EMPRESA E IDEA DE NEGOCIO. EL PLAN DE NEGOCIO: ESTRUCTURA Y CONTENIDO. EL PLAN DE MÁRKETING. EL PLAN ECONÓMICO-FINANCIERO. OTROS PLANES OPERATIVOS. EL ACCESO A LA CONDICIÓN DE EMPRESARIO: FÓRMULAS, TRÁMITES E IMPLICACIONES PRÁCTICAS.	-ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS
SISTEMAS DE INFORMACIÓN PARA EL TURISMO	4,5	3	1,5	INTRODUCCIÓN A LOS SISTEMAS DE INFORMACIÓN. GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN EN LAS ORGANIZACIONES TURÍSTICAS. INTERACCIONES ORGANIZACIÓN-SISTEMAS DE INFORMACIÓN. MODELOS DE INFORMACIÓN PARA LA GESTIÓN TURÍSTICA. CONCEPTOS BÁSICOS DE TRANSACCIONES TURÍSTICAS ON-LINE.	-ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS
DISTRIBUCIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS	4,5	3	1,5	LOS INTERMEDIARIOS EN EL MERCADO TURÍSTICO. LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS EN LA DISTRIBUCIÓN. ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN.	-COMERCIALIZACIÓN E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

## ANEXO 2 – C. Contenido del Plan de Estudios

UNIVERSIDAD

VIGO

PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTE AL TÍTULO DE

DIPLOMADO/A EN TURISMO

PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN PROMOCIONAL DE EMPRESAS TURÍSTICAS	4,5	3	1,5	TÉCNICAS DE PROMOCIÓN: CARACTERÍSTICAS Y UTILIDADES. PLANIFICACIÓN DE LAS ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN. MEDIDA DE LA EFICACIA.	-COMERCIALIZACIÓN E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS
<b>ITINERARIO 02: PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN DE PROYECTOS DE APROVECHAMIENTO DE RECURSOS TURÍSTICOS</b>					
ECONOMÍA AMBIENTAL Y TURISMO SOSTENIBLE	4,5	3	1,5	VALORACIÓN DEL IMPACTO ECONÓMICO AMBIENTAL DEL TURISMO. CAPACIDAD DE CARGA TURÍSTICA DEL TERRITORIO. TURISMO Y DESARROLLO SOSTENIBLE LOCAL Y RURAL.	-ECONOMÍA APLICADA
GALICIA: TERRITORIO, SOCIEDAD Y ACTIVIDADES TURÍSTICAS	4,5	3	1,5	ANÁLISIS GEOGRÁFICA DE LA REALIDAD GALLEGA ACTUAL, ASÍ COMO DEL POTENCIAL DE SU MEDIO PARA EL DESARROLLO DE ACTIVIDADES TURÍSTICAS Y SU RENTABILIZACIÓN ECONÓMICA.	-ANÁLISIS GEOGRÁFICO REGIONAL
SOCIOLOGÍA DEL TURISMO	4,5	3	1,5	EL PROCESO DE MODERNIZACIÓN SOCIAL. EL SENTIDO DEL TRABAJO Y DEL OCIO EN LAS SOCIEDADES MODERNAS. LAS BASES DEL TURISMO MODERNO. LA ECLOSIÓN DEL TURISMO DE MASAS. FASES, TIPOS Y FACTORES DEL DESARROLLO TURÍSTICO. EFECTOS SOCIALES Y CULTURALES DEL TURISMO SOBRE LAS ZONAS DE EMISIÓN Y LAS ZONAS DE ACOGIDA. TURISMO Y EMPLEO. TURISMO Y MEDIO AMBIENTE. DIFERENCIAS REGIONALES. LOS NUEVOS MODELOS TURÍSTICOS EN LAS SOCIEDADES DESARROLLADAS.	-SOCIOLOGÍA
RECURSOS TURÍSTICOS Y DESARROLLO ECONÓMICO TERRITORIAL	4,5	3	1,5	FUNDAMENTOS DE ECONOMÍA REGIONAL Y URBANA. INTRODUCCIÓN A LA ECONOMÍA DEL DESARROLLO. ANÁLISIS TERRITORIAL DEL TURISMO.	-FUNDAMENTOS DEL ANÁLISIS ECONÓMICO

## ANEXO 2 – C. Contenido del Plan de Estudios

UNIVERSIDAD

VIGO

PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTE AL TÍTULO DE

DIPLOMADO/A EN TURISMO

EVALUACIÓN DE RECURSOS TURÍSTICOS	4,5	3	1,5	MODELOS Y CARACTERÍSTICAS ECONÓMICAS DE LOS TERRITORIOS TURÍSTICOS. MÉTODOS DE ELABORACIÓN DE INVENTARIO Y TIPOLOGÍA DE RECURSOS. MÉTODOS DE VALORACIÓN ECONÓMICA DE RECURSOS E INICIATIVAS TURÍSTICAS. REGLAS DE DECISIÓN Y CRITERIOS DE ELECCIÓN.	-ECONOMÍA APLICADA
ANÁLISIS Y VIABILIDAD DE PROYECTOS TURÍSTICOS	4,5	3	1,5	FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS EN EL SECTOR TURÍSTICO. PROCESO DE CONSTRUCCIÓN DEL PROYECTO. ESTUDIO DE VIABILIDAD.	-ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS
PLANIFICACIÓN Y DIRECCIÓN DE ESPACIOS TURÍSTICOS	4,5	3	1,5	MÉTODOS Y TÉCNICAS DE PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA. DIAGNÓSTICO Y EVALUACIÓN DE LOS RECURSOS TURÍSTICOS. PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA. ANÁLISIS DEL ENTORNO COMPETITIVO. RECURSOS Y CAPACIDADES. LA CADENA DE VALOR.	-ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS
PROMOCIÓN DE ESPACIOS TURÍSTICOS Y DE OCIO	4,5	3	1,5	TÉCNICAS DE PROMOCIÓN DE DESTINOS TURÍSTICOS. ESTRATÉGIAS Y ACCIONES PROMOCIONALES APLICADAS A ACTIVIDADES DE OCIO Y ESPACIOS TURÍSTICOS.	-COMERCIALIZACIÓN E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

\* Los alumnos podrán optar por cursar uno de los itinerarios propuestos o por cursar los 36 créditos optativos entre las ~~materias~~ <sup>materias</sup> que componen cada uno de los itinerarios.

**ANEXO 3: ESTRUCTURA Y ORGANIZACIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS**

UNIVERSIDAD: **VIGO**

**ESTRUCTURA GENERAL DEL PLAN DE ESTUDIOS**

1. PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTE A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO OFICIAL DE **DIPLOMADO/A EN TURISMO**
2. ENSEÑANZA DE **PRIMER** CICLO (2)
3. CENTRO UNIVERSITARIO RESPONSABLE DE LA ORGANIZACIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS **FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES (OURENSE)**

4. CARGA LECTIVA GLOBAL **192** CRÉDITOS (3)

Distribución de los créditos

CICLO	CURSO	MATERIAS TRONCALES	MATERIAS OBLIGATORIAS	MATERIAS OPTATIVAS	CRÉDITOS DE LIBRE CONFIGURACIÓN	TRABAJO FIN DE CARRERA	TOTALES
1º CICLO	1º	40,5	19,5	0	0	0	60
	2º	39,0	18,0	0	10	0	67
	3º	10,0	9,0	36	10	0	65
<b>TOTAL</b>		<b>89,5</b>	<b>46,5</b>	<b>36</b>	<b>20</b>	<b>0</b>	<b>192</b>

(1) Se indicará lo que corresponda.

(2) Se indicará lo que corresponda según el art. 4º del R. D. 149/87 (de 1º ciclo: de 1º y 2º ciclo; de sólo 2º ciclo) y las previsiones del R. D. de directrices generales propias de los planes de estudios del título de que se trate.

(3) Se indicará el Centro Universitario, con expresión de la norma de creación del mismo o de la decisión de la Administración correspondiente por la que se autoriza la impartición de las enseñanzas por dicho Centro.

(4) Dentro de los límites establecidos por el R. D. de directrices generales propias de los planes de estudio del título de que se trate.

(5) Al menos el 10% de la carga lectiva "global".

5. SE EXIGE TRABAJO O PROYECTO FIN DE CARRERA, O EXAMEN O PRUEBA GENERAL **NECESARIA PARA OBTENER EL TÍTULO (6)** **NO**

6. **SI** SE OTORGAN, POR EQUIVALENCIA, CRÉDITOS A (7):

- SI PRÁCTICAS EN EMPRESAS, INSTITUCIONES PÚBLICAS O PRIVADAS, ETC.
- SI TRABAJOS ACADÉMICAMENTE DIRIGIDOS E INTEGRADOS EN EL PLAN DE ESTUDIOS
- SI ESTUDIOS REALIZADOS EN EL MARCO DE CONVENIOS INTERNACIONALES SUSCRITOS POR LA UNIVERSIDAD
- SI OTRAS ACTIVIDADES: Cursos, Seminarios, Estudios en las Escuelas Oficiales de Idiomas, Estudios en los Conservatorios Superiores y Profesionales de Música.

-EXPRESIÓN, EN SU CASO, DE LOS CRÉDITOS OTORGADOS: **30 CRÉDITOS**

-EXPRESIÓN DEL REFERENTE DE LA EQUIVALENCIA (8): **CADA CRÉDITO EQUIVALE A 30 HORAS**

- **10 CRÉDITOS MATERIAS OBLIGATORIA UNIVERSIDAD (PRÁCTICUM)**
- **20 CRÉDITOS MATERIAS DE LIBRE ELECCIÓN**

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

- I CICLO **3** AÑOS

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

AÑO ACADÉMICO	TOTAL	TEÓRICOS	PRÁCTICOS/ CLÍNICOS
1º	60	37,5	22,5
2º	57	34,5	22,5
3º	55	28,5	26,5
<b>TOTAL</b>	<b>172</b>	<b>100,5</b>	<b>71,5</b>

-NO SE INCLUYEN LOS 20 CRÉDITOS DE LIBRE ELECCIÓN

(6) Si o No. Es decisión posestiva de la Universidad. En caso afirmativo, se consignarán los créditos en el precedente cuadro de distribución de los créditos de la carga lectiva global.

(7) Si o No. Es decisión posestiva de la Universidad. En el primer caso se especificará la actividad a la que se otorgan créditos por equivalencia.

(8) En su caso, se consignará "materias troncales", "obligatorias", "optativas", "trabajo fin de carrera", etc., así como la expresión del número de horas atribuido, por equivalencia, a cada crédito, y el carácter teórico o práctico de éste.

(9) Se expresará lo que corresponda según lo establecido en la directriz general segunda del R. D. de directrices generales propias del título de que se trate.

ORDENACIÓN TEMPORAL DEL PLAN DE ESTUDIOS

PRIMER CICLO

MATERIA	TIPO	CUATRIMESTRE		TOTALS	CREDITOS
		1º	2º		
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS	T	6,0	4,5	10,5	1,5
CONTABILIDAD I	T	6,0	4,5	10,5	1,5
CONTABILIDAD II	T	4,5	3,0	7,5	1,5
INGLÉS PARA EL TURISMO I	T	4,5	1,5	6,0	3,0
INTRODUCCIÓN A LA ECONOMÍA	T	6,0	4,5	10,5	1,5
INTRODUCCIÓN A LA ECONOMÍA EMPRESARIAL	T	6,0	4,5	10,5	1,5
INTRODUCCIÓN AL DERECHO EMPRESARIAL	T	6,0	4,5	10,5	1,5
2º IDIOMA PARA EL TURISMO I: Alemán / Francés / Portugués *	D	4,5	3,0	7,5	3,0
ECONOMÍA ESPAÑOLA Y MUNDIAL	D	6,0	3,0	9,0	1,5
ESTADÍSTICA	D	4,5	3,0	7,5	1,5
MATEMÁTICAS	D	4,5	3,0	7,5	1,5
SOCIOLOGÍA	D	4,5	3,0	7,5	1,5
<b>TOTALES</b>		<b>60</b>	<b>37,5</b>	<b>97,5</b>	<b>22,5</b>

\* A elegir por el alumno según la oferta de la universidad

2º CURSO:

MATERIA	TIPO	CUATRIMESTRE		TOTALS	CREDITOS
		1º	2º		
DERECHO TURÍSTICO	T	6,0	4,5	10,5	1,5
ESTRUCTURA DE MERCADOS	T	6,0	3,0	9,0	3,0
MARKETING TURÍSTICO	T	6,0	4,5	10,5	1,5
OPERACIONES Y PROCESOS DE PRODUCCIÓN	T	6,0	4,5	10,5	1,5
PATRIMONIO CULTURAL	T	6,0	3,0	9,0	3,0
RECURSOS TERRITORIALES TURÍSTICOS I	T	4,5	3,0	7,5	1,5
RECURSOS TERRITORIALES TURÍSTICOS II	T	4,5	3,0	7,5	1,5
INGLÉS PARA EL TURISMO II	D	4,5	1,5	6,0	3,0
MARKETING DE SERVICIOS	D	4,5	3,0	7,5	1,5
RECURSOS HUMANOS DE EMPRESAS TURÍSTICAS	D	4,5	3,0	7,5	1,5
2º IDIOMA PARA EL TURISMO II: Alemán / Francés / Portugués *	D	4,5	1,5	6,0	3,0
CREDITOS DE LIBRE ELECCIÓN	LE	10	-	10	-
<b>TOTALES</b>		<b>67</b>	<b>34,5</b>	<b>101,5</b>	<b>22,5</b>

\* A elegir por el alumno según la oferta de la universidad

3º CURSO:

MATERIA	TIPO	CUATRIMESTRE		TOTALS	CREDITOS
		1º	2º		
PRACTICUM	T	10	0,0	10	10
DIRECCIÓN ESTRATÉGICA	D	4,5	3,0	7,5	1,5
INGLÉS PARA EL TURISMO III	D	4,5	1,5	6,0	3,0
MATERIA OPTATIVA DE ITINERARIO 1	OD	4,5	3,0	7,5	1,5
MATERIA OPTATIVA DE ITINERARIO 2	OD	4,5	3,0	7,5	1,5
MATERIA OPTATIVA DE ITINERARIO 3	OD	4,5	3,0	7,5	1,5
MATERIA OPTATIVA DE ITINERARIO 4	OD	4,5	3,0	7,5	1,5
MATERIA OPTATIVA DE ITINERARIO 5	OD	4,5	3,0	7,5	1,5
MATERIA OPTATIVA DE ITINERARIO 6	OD	4,5	3,0	7,5	1,5
MATERIA OPTATIVA DE ITINERARIO 7	OD	4,5	3,0	7,5	1,5
MATERIA OPTATIVA DE ITINERARIO 8	OD	4,5	3,0	7,5	1,5
CREDITOS DE LIBRE ELECCIÓN	LE	10	-	10	-
<b>TOTALES</b>		<b>65</b>	<b>28,5</b>	<b>93,5</b>	<b>26,5</b>

T = Troncal

D = Obligatoria de Universidad

OD = Obligatoria de Orientación

Itinerario 01: DIRECCIÓN Y GESTIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS

MATERIA	TIPO	CUATRIMESTRE		TOTALS	CREDITOS
		1º	2º		
GESTIÓN DE LA CALIDAD DE LOS PROCESOS TURÍSTICOS	OD	1º	4,5	4,5	3,0
GESTIÓN DE EMPRESAS HOTELERAS DE RESTAURACIÓN...	OD	1º	4,5	4,5	3,0
INVESTIGACIÓN DE MERCADOS TURÍSTICOS	OD	1º	4,5	4,5	3,0
FISCALIDAD DE LAS EMPRESAS TURÍSTICAS	OD	1º	4,5	4,5	3,0
CREACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS	OD	2º	4,5	4,5	3,0
SISTEMAS DE INFORMACIÓN PARA EL TURISMO	OD	2º	4,5	4,5	1,5
DISTRIBUCIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS	OD	2º	4,5	4,5	3,0
PLANIF. Y GESTIÓN PROMOCIONAL DE EMPR. TURÍSTICAS	OD	2º	4,5	4,5	3,0
<b>TOTALES</b>			<b>45</b>	<b>45</b>	<b>30</b>

Itinerario 02: PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN DE PROYECTOS DE APROVECHAMIENTO DE RECURSOS TURÍSTICOS

MATERIA	TIPO	CUATRIMESTRE		TOTALS	CREDITOS
		1º	2º		
EVALUACIÓN DE RECURSOS TURÍSTICOS	OD	1º	4,5	4,5	3,0
SOCIOLOGÍA DEL TURISMO	OD	1º	4,5	4,5	3,0
GALICIA: TERRITORIO, SOCIEDAD Y ACTIVIDAD TURÍSTICAS	OD	1º	4,5	4,5	3,0
RECURSOS TURÍSTICOS Y DESAR. ECONÓMICO TERRITOR.	OD	1º	4,5	4,5	3,0
ECONOMÍA AMBIENTAL Y TURISMO SOSTENIBLE	OD	2º	4,5	4,5	3,0
ANÁLISIS Y VIABILIDAD DE PROYECTOS TURÍSTICOS	OD	2º	4,5	4,5	3,0
PLANIF. Y DIRECCIÓN DE ESPACIOS TURÍSTICOS	OD	2º	4,5	4,5	3,0
PROMOCIÓN DE ESPACIOS TURÍSTICOS Y DE OCIO	OD	2º	4,5	4,5	3,0
<b>TOTALES</b>			<b>45</b>	<b>45</b>	<b>30</b>

• Aquellos alumnos que no opten por ninguno de los itinerarios propuestos deberán cursar los 36 créditos optativos entre las materias de itinerario ofertadas.