

GUIA DIDACTICA 2010/2011

ESCUELA UNIVERSITARIA DE TURISMO DE MURCIA

PASEO DEL MALECON 5

30.004

TLF. : 968 293624

FAX: 968 291096

Email: eutm@um.es

1.	INDICE	Pág.
	1.-Información general	3
	2.-Departamentos y profesorado	9
	3.-Horarios	13
	4.-Programación.	
	Introducción a la Economía	19
	Derecho y Legislación	24
	Contabilidad	29
	Recursos Territoriales Turísticos	36
	Inglés	43
	Francés	47
	Alemán	51
	Estructura de Mercados	54
	Marketing Turístico	58
	Economía Turística de la Región de Murcia	63
	Informática Turística	68
	Operaciones y Procesos de Producción	72
	Patrimonio Cultural	76
	Gestión y Organización de Empresas	81
	Derecho Administrativo Turístico	88
	Inglés Hostelería	91
	Francés Hostelería	96
	Alemán Hostelería	100
	Contabilidad de Costes Para Empresas Turísticas	103
	Reglamentación Laboral del Sector Turístico	109
	Gestión y Protocolo de Eventos	112
	Gestión y Creación de Pymes Turísticas	115
	Gestión de los Destinos del Turismo Rural	117
	Practicum	122
	Fiscalidad en Empresas Turísticas	124
	Inglés Turístico	129
	Francés Turístico	134
	Alemán Turístico	138
	Gestión de Agencias de Viaje	141
	Gestión de Alojamiento y Restauración	148
	Estructura Mercado Turístico Región de Murcia	155
	Informador Turístico de la Región de Murcia	158
	Paquetes Turísticos	164
	Turismo Complementario	167
	Gestión de los Destinos de Sol y Playa	172
	Historia del Arte de la Región de Murcia	176
	5. -Calendario académico	181
	6. -Convocatorias y exámenes	182
	7. - Información de interés	185

INFORMACIÓN GENERAL

1.1 La Diplomatura

La Escuela Universitaria de Turismo de Murcia (EUTM) pretende formar a profesionales eficaces del Turismo, aptos para ocupar cualquier cargo en empresas o aspirar a cualquier profesión turística, impartiendo para ello una formación generalista y haciendo especial hincapié en las prácticas a realizar en empresas e instituciones públicas.

El perfil de ingreso idóneo para acceder a la Diplomatura es el de una persona con:

- Aptitudes para el aprendizaje de idiomas.
- Habilidades para el trabajo en grupo.
- Habilidades para las relaciones personales.
- Capacidad de liderazgo y gestión.
- Facilidad de expresión y comunicación.
- Inquietudes investigadoras y de planificación.

Al tratarse de una actividad multidisciplinar, la formación del alumnado ha de ser también de esta naturaleza. Así, además de las asignaturas de neto contenido turístico, se presta especial atención a los idiomas, la economía, el derecho y la formación humanística y técnica.

Los estudios se estructuran en tres cursos académicos, con un total de 205 créditos. De ellos, 85 son troncales, 81 obligatorios, 18 optativos y 21 de libre configuración.

Se intenta conseguir que el diplomado en turismo tenga cubiertas el mayor número de competencias exigidas en el sector, entre ellas tener una marcada orientación de servicio al cliente, trabajar en una o varias lenguas extranjeras, definir objetivos, estrategias y políticas comerciales, conocer y aplicar la tecnología de la información y manejar las técnicas de comunicación.

La superación de estos tres cursos otorga al alumno el título de Diplomado en Turismo, expedido por la Universidad de Murcia y con validez en todo el territorio nacional.

Los alumnos que estén en posesión del título Diplomado en Turismo pueden acceder al 2º ciclo de las siguientes carreras:

Directamente:

- Licenciado en Antropología Social y Cultural

Con complementos de formación:

- Licenciado en Ciencias del Trabajo
- Licenciado en Comunicación Audiovisual
- Licenciado en Documentación
- Licenciado en Estudios de Asia Oriental
- Licenciado en Historia y Ciencias de la Música
- Licenciado en Humanidades
- Licenciado en Lingüística
- Licenciado en Periodismo
- Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas
- Licenciado en Teoría de la Literatura y Literatura Comparada
- Licenciado en Traducción e Interpretación

1.2 Contenidos

CURSO PRIMERO					
Cód	Asignatura	Tipo	Cred	Teo / Prác	Durac
04B0	Introducción a la Economía	Tr.	6	4.5 / 1.5	C (1)
04B1	Derecho y Legislación	Tr.	9	6 / 3	A
04B2	Contabilidad	Tr.	6	4.5 / 1.5	C (2)
04B3	Recursos Territoriales Turísticos	Tr.	9	6 / 3	A
04B4	Inglés	Tr.	6	4.5 / 1.5	C (1)
04B5	Francés	Tr.	6	4.5 / 1.5	C (2)
04B6	Alemán	Tr.	6	4.5 / 1.5	C (2)
04B7	Estructura de Mercados	Tr.	6	4.5 / 1.5	C (1)
04B8	Marketing Turístico	Tr.	6	3 / 3	C (2)
04B9	Economía Turística de la Región de Murcia	Ob.	4.5	3 / 1.5	C (2)

05B0	Informática Turística	Ob.	6	2 / 4	C (1)
CURSO SEGUNDO					
Cód	Asignatura	Tipo	Cred	Teo. / Prác.	Durac
05B1	Operaciones y Procesos de Producción	Tr.	6	4.5 / 1.5	C (2)
05B2	Patrimonio Cultural	Tr.	6	3 / 3	C (2)
05B3	Gestión y Organización de Empresas	Tr.	9	6 / 3	A
05B4	Derecho Administrativo Turístico	Ob.	6	4.5 / 1.5	C (1)
05B7	Inglés Hostelería	Ob.	9	6 / 3	A
05B5	Francés Hostelería	Ob.	9	6 / 3	A
05B6	Alemán Hostelería	Ob.	9	6 / 3	A
05B8	Contabilidad de Costes Para Empresas Turísticas	Ob.	6	4.5 / 1.5	C (1)
05B9	Reglamentación Laboral del Sector Turístico	Op.	4.5	3 / 1.5	C (2)
06B0	Gestión y Protocolo de Eventos	Op.	4.5	3 / 1.5	C (2)
06B1	Gestión y Creación de Pymes Turísticas	Op.	4.5	3 / 1.5	C (1)
06B2	Gestión de los Destinos del Turismo Rural	Op.	4.5	3 / 1.5	C (1)
CURSO TERCERO					
Cód.	Asignatura	Tipo	Cred	Teo. / Prác.	Durac
06B7	Practicum	Tr.	10	0 / 10	A
06B8	Fiscalidad en Empresas Turísticas	Ob.	6	4.5 / 1.5	C (2)
07B1	Inglés Turístico	Ob.	9	6 / 3	A
06B9	Francés Turístico	Ob.	9	6 / 3	A
07B0	Alemán Turístico	Ob.	9	6 / 3	A
07B2	Gestión de Agencias de Viaje	Ob.	6	4.5 / 1.5	C (1)
07B3	Gestión de Alojamiento y Restauración	Ob.	6	4.5 / 1.5	C (1)
07B4	Estructura Mercado Turístico Región de Murcia	Ob.	4.5	3 / 1.5	C (2)
06B3	Informador Turístico de la Región de Murcia	Op.	4.5	3 / 1.5	C (1)
06B4	Paquetes Turísticos	Op.	4.5	3 / 1.5	C (2)
06B5	Turismo Complementario	Op.	4.5	3 / 1.5	C (1)
06B6	Gestión de los Destinos de Sol y Playa	Op.	4.5	3 / 1.5	C (2)

06N7	Historia del Arte de la Región de Murcia	Op.	4.5	3 / 1.5	C (2)
------	--	-----	-----	---------	-------

Los alumnos deben cursar, obligatoriamente, 18 créditos optativos, esto es, 9 créditos en segundo curso y otros 9 créditos en tercero.

Los créditos de libre configuración a cursar obligatoriamente son 21.

Además de las asignaturas que se reflejan en el cuadro anterior, la Escuela imparte –gratuitamente- cursos de iniciación al idioma dirigidos a alumnos que se enfrenten por vez primera al francés o alemán en el primer cuatrimestre y continuación de inglés en el segundo.

1.3 Prácticas en instituciones y empresas

La Asignatura de Practicum, que se imparte en tercer curso, consiste en la realización de prácticas en empresas (agencias de viaje, hoteles, apartamentos turísticos, campings, etc.) o instituciones públicas (ayuntamientos, Comunidad Autónoma, oficinas de información turística, mancomunidades), que permiten al alumno la toma de contacto real con el mundo empresarial y administrativo.

Las prácticas obligatorias tienen una duración mínima de 100 horas (diez créditos), aunque el exceso de horas puede otorgar al alumno créditos de libre configuración por equivalencia hasta un máximo de 3 (a razón de 1 crédito por cada 40 horas de prácticas).

1.4 Salidas profesionales

La Diplomatura en Turismo abre al alumno un amplio abanico de salidas profesionales. La mayor parte encuentra trabajo en empresas turísticas, tales como empresas de transporte, agencias de viaje, centrales de reserva hotelera, hoteles, campings, apartamentos turísticos, guías de turismo, asociaciones profesionales o empresariales, etc. Pero un número apreciable encuentra su futuro en la Administración Pública: Ayuntamientos, Mancomunidades de Municipios, Consorcios, Comunidad Autónoma o empresas públicas.

Además, y esto es una gran ventaja de la Diplomatura, la formación generalista permite al alumnado el acceso a empresas ajenas al sector que están interesadas en buscar a profesionales con conocimientos de idiomas, economía, contabilidad o informática, materias todas que se imparten en el Plan de Estudios.

La Escuela trabaja activamente para buscar empleo a los alumnos titulados. Para ello dispone de una Bolsa de Empleo, totalmente gratuita, cuya única finalidad es poner en contacto a empresas y diplomados. En nuestra página web www.eutm.net tienes toda la información sobre ofertas de empleo y prácticas en

empresas del sector; también puedes encontrar información a través del SIU, visitando su página web www.es/siu/infoestu/empleo/busempleo.htm.

1.5 Equipo Directivo

El equipo Directivo de la EUTM está formado por:

- **Directora Académica:** Dña. Manuela López Tenés.
- **Director Técnico:** Don Amador López Meseguer
- **Subdirector de Alumnado:** Don Luis J. Hernández Armand.
- **Subdirectora de Ordenación Académica:** Doña Pilar López Pina.
- **Secretario:** Don Enrique Hernández Armand.
- **Gerente:** Don José Manuel Moya Fernández.

1.6. Secretaría

El equipo de Secretaría está formado por:

- **Jefe de Secretaría:** Isabel Martínez Salinas. (ims2@um.es).
- **Auxiliar Administrativo:** Onofre Martínez Salinas. (otms@um.es).
- **Auxiliar Administrativo:** Rafael Hellín García. (rhg@um.es).

1.7. Dirección y teléfonos:

Escuela Universitaria de Turismo de Murcia.

Paseo del Malecón 5

(30004), Murcia.

Telf: 968 293624 Fax: 968 291096

E-mail: eutm@um.es www.eutm.net www.um.es/eu-turismo/

2. DEPARTAMENTOS Y PROFESORADO

2.1 Departamentos

Recursos Turísticos	Directora: Dña. Herminia Marín Castillo	
Asignatura	Código	
Gestión de agencias de viaje	07B2	
Gestión de alojamientos y restauración	07B3	
Gestión de los destinos de turismo rural	06B2	
Gestión de los destinos turísticos de sol y playa	06B6	
Gestión y protocolo de eventos	06B0	
Historia del arte de la Región de Murcia	06N7	
Informador turístico de la Región de Murcia	06B3	
Informática turística	05B0	
Patrimonio cultural	05B2	
Recursos territoriales turísticos	04B3	
Turismo complementario	06B5	
Idiomas para el turismo	Directora: Dña. Concepción Bernal Fernández	
Asignatura	Código	
Alemán	04B6	
Alemán en hostelería	05B6	
Alemán turístico	07B0	
Francés	04B5	
Francés en hostelería	05B5	
Francés turístico	06B9	
Inglés	04B4	
Inglés en hostelería	05B7	
Inglés turístico	07B1	



Administración de Empresas Turísticas		Directora: D. Pilar López Pina
Asignatura		Código
Contabilidad		04B2
Contabilidad de costes para las empresas turísticas		05B8
Derecho administrativo turístico		05B4
Derecho y legislación		04B1
Economía turística de la Región de Murcia		04B9
Estructura de mercados		04B7
Estructura mercado turístico de la Región de Murcia		07B4
Fiscalidad en empresas turísticas		06B8
Gestión y creación de Pymes turísticas		06B1
Introducción a la economía		04B0
Marketing Turístico		04B8
Operaciones y procesos de producción		05B1
Organización y Gestión de Empresas		05B3
Paquetes turísticos		06B4
Reglamentación laboral del sector turístico		05B9

2.2 Profesorado

Profesor	e-mail
Bernal Fernández, Inmaculada	ibernal@um.es
García Ayala, José A.	jagarcia@um.es
García Hernández, José A.	josegar@um.es
Gil Corbalán, Nieves	nievesgc@um.es
Hernández Armand, Enrique	enrique@um.es
Hernández Armand, Luis J.	luishern@um.es
López Pina, Alberto	albertolopez@um.es
López Pina, Pilar	pilarlop@um.es
Marín Castillo, Herminia	hermarin@um.es
Martínez Belchí, Evaristo	evaristo@um.es
Martínez Sánchez, carmen Pilar	carmenpilar.ms@um.es
Millán Escriche, Mercedes	memillan@um.es
Ponce Sánchez, M ^a Dolores	maponce@um.es
Rocamora Abellán, Rafael	rocamora@um.es
Ros Pérez, Pablo	pabloros@um.es
Sánchez Albarracín, M ^a Teresa	tsanchez@um.es
Sánchez Ayala, Isidoro	isanchez@um.es
Siebert, Gisela	gisela@um.es

2.3 Tutorías

Todos los profesores tienen establecido un horario de tutorías. Para consultas breves se pueden utilizar las tutorías virtuales a través del correo electrónico, con el único requisito de identificarse previamente.

El horario de Tutorías se puede consultar en:

- www.wutm.es.
- En el tablón de anuncios del Centro

3. HORARIOS 2010/2011

3.1. PRIMER CUATRIMESTRE

Curso Primero. Asignaturas en extinción. No docencia.

Curso segundo. Asignaturas en extinción. No docencia.

Curso Tercero.

3A	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES
09/10	GESTION AGENCIAS VIAJES		TURISMO COMPLEMENTARIO	INGLES TURISTICO	GESTION AGENCIAS VIAJES
10/11	GESTION ALOJAMIENTO Y RESTAURACION	FRANCES / ALEMAN TURISTICO	INGLES TURISTICO	GESTION AGENCIAS VIAJES	FRANCES / ALEMAN TURISTICO
11/12	FRANCES / ALEMAN TURISTICO	GESTION ALOJAMIENTO Y RESTAURACION	GESTION AGENCIAS VIAJES		INGLES TURISTICO
12/13	TURISMO COMPLEMENTARIO	INFORMADOR TURISTICO REGION DE MURCIA	INFORMADOR TURISTICO REGION DE MURCIA		GESTION ALOJAMIENTO Y RESTAURACION
13/14	TURISMO COMPLEMENTARIO	INFORMADOR TURISTICO REGION DE MURCIA			GESTION ALOJAMIENTO Y RESTAURACION

3B	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES
09/10	INGLES TURISTICO	GESTION AGENCIAS VIAJES	TURISMO COMPLEMENTARIO	GESTION ALOJAMIENTO Y RESTAURACION	
10/11	FRANCES / ALEMAN TURISTICO	GESTION AGENCIAS VIAJES	GESTION AGENCIAS VIAJES	FRANCES / ALEMAN TURISTICO	GESTION ALOJAMIENTO Y RESTAURACION
11/12	GESTION ALOJAMIENTO Y RESTAURACION	FRANCES / ALEMAN TURISTICO	INGLES TURISTICO	GESTION AGENCIAS VIAJES	GESTION ALOJAMIENTO Y RESTAURACION
12/13	TURISMO COMPLEMENTARIO	INFORMADOR TURISTICO REGION DE MURCIA	INFORMADOR TURISTICO REGION DE MURCIA		INGLES TURISTICO
13/14	TURISMO COMPLEMENTARIO	INFORMADOR TURISTICO REGION DE MURCIA			



3.2. SEGUNDO CUATRIMESTRE

Curso Primero. Asignaturas en extinción. No docencia.

Curso segundo. Asignaturas en extinción. No docencia.

Curso Tercero.

3A	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES
09/10	GESTION DE LOS DESTINOS TURISTICOS DE SOL Y PLAYA		FRANCES ALEMAN TURISTICO	GESTION DE LOS DESTINOS TURISTICOS DE SOL Y PLAYA	ESTRUCTURA DEL MERCADO TURISTICO
10/11	ESTRUCTURA DEL MERCADO TURISTICO	FRANCES ALEMAN TURISTICO	DERECHO FISCAL	GESTION DE LOS DESTINOS TURISTICOS DE SOL Y PLAYA	DERECHO FISCAL
11/12	DERECHO FISCAL	ESTRUCTURA DEL MERCADO TURISTICO	INGLES TURISTICO	DERECHO FISCAL	INGLES TURISTICO
12/13	FRANCES ALEMAN TURISTICO	PAQUETES TURISTICOS	HISTORIA DEL ARTE DE LA REGION DE MURCIA	INGLES TURISTICO	
13/14	PAQUETES TURISTICOS	PAQUETES TURISTICOS	HISTORIA DEL ARTE DE LA REGION DE MURCIA	HISTORIA DEL ARTE DE LA REGION DE MURCIA	
3B	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES
09/10	GESTION DE LOS DESTINOS TURISTICOS DE SOL Y PLAYA	FRANCES ALEMAN TURISTICO		GESTION DE LOS DESTINOS TURISTICOS DE SOL Y PLAYA	
10/11	DERECHO FISCAL	ESTRUCTURA DEL MERCADO TURISTICO	FRANCES ALEMAN TURISTICO	GESTION DE LOS DESTINOS TURISTICOS DE SOL Y PLAYA	
11/12	INGLES TURISTICO	DERECHO FISCAL	FRANCES ALEMAN TURISTICO	ESTRUCTURA DEL MERCADO TURISTICO	DERECHO FISCAL
12/13	ESTRUCTURA DEL MERCADO TURISTICO	PAQUETES TURISTICOS	HISTORIA DEL ARTE DE LA REGION DE MURCIA	DERECHO FISCAL	INGLES TURISTICO
13/14	PAQUETES TURISTICOS	PAQUETES TURISTICOS	HISTORIA DEL ARTE DE LA REGION DE MURCIA	HISTORIA DEL ARTE DE LA REGION DE MURCIA	INGLES TURISTICO

4. PROGRAMACIÓN

Asignatura	INTRODUCCION A LA ECONOMIA
Código	04B2
Tipo	Troncal de primer curso
Duración	Cuatrimestral (6 créditos: 4,5 créditos teóricos y 1,5 créditos prácticos, 1^{er} cuat.)
Profesor	Dña. Pilar López Pina.
Curso académico	2010/2011

ASIGNATURA SIN DOCENCIA

I-OBJETIVO

La actividad turística posee una enorme importancia para la economía española. No hay más que observar las cifras que marcan el pulso macroeconómico del país, para comprobar que el nivel de participación del sector en el Producto Interior Bruto es elevado junto con la población activa que representa. El desarrollo económico experimentado por algunos países, ha generado constantes cambios en las formas de comportamiento de los hombres. En esas nuevas actitudes, hay que destacar al Turismo, que ha prorrumpido en las últimas décadas, transformándose en una trascendente actividad social. En paralelo muchos pueblos lo han aceptado como medio y factor de crecimiento económico, pasando a ser elemento básico en la mejora de los niveles de la calidad de vida. La importancia económica crucial del sector turístico español explica, la atención creciente que, desde hace varios años, recibe dentro del análisis económico aplicado.

Se considera imprescindible que el alumno adquiera los conceptos básicos de macroeconomía y microeconomía, para entender y comprender el estudio del sector turístico en otras asignaturas. El alumno necesita conocer esta asignatura por diversas razones:

En primer lugar precisa una base suficiente para comprender y poder elaborar un análisis económico de cualquier actividad de nuestra economía.

En segundo lugar analizar los mecanismos del entorno económico en los que va a desarrollar su profesión.

En tercer lugar adquirir unos conceptos imprescindibles para enfrentarse a asignaturas afines que a lo largo de la carrera debe superar.

Se pretende que el alumno comprenda la naturaleza y objetivos de la economía en sus dos vertientes: Microeconómica y Macroeconómica, junto con los modelos en que éstas se plasman; aprender a desarrollar los conceptos y herramientas básicas del análisis económico general, para poder materializar posteriormente esos

conocimientos en el estudio de la economía turística. A la vez que introducirlos en el análisis de las noticias económicas diarias, a través de periódicos, revistas etc.

II.- PLAN DIDÁCTICO

Los alumnos tendrán la documentación de cada tema por medio de esquemas y apuntes básicos elaborados por el profesor. Estos apuntes deberán ampliarse con las explicaciones del profesor y los textos recomendados por este.

La parte practica de la asignatura contará con ejercicios que serán obligatorios hacer en clase, al menos un 70%; para poder presentarse al examen.

Durante el transcurso de la asignatura se comentarán artículos y notas de prensa sobre la actualidad económica que nos rodea en cada momento. De esta manera el alumno podrá considerar más práctica la asignatura. La Escuela Universitaria de Turismo organizará conferencias relacionadas con las distintas asignaturas, el alumno tiene la obligación de asistir a aquellas conferencias que el profesor de la asignatura considere imprescindibles.

III.- CRITERIO DE EVALUACIÓN

La evaluación de los conocimientos adquiridos por el alumno, se realizará mediante: Ejercicios prácticos hechos en clase, obligatorios presentar un 70%, serán puntuables con 0,1 cada uno. Examen final, puntuable sobre 10 puntos, constará de Tipo test, valorado con 5 puntos. Penaliza dos mal quita una bien. Preguntas de desarrollo, valorado en 3 puntos. Un ejercicio práctico, valorado con 2 puntos.

Importante : Si alguna de las partes se deja en blanco el examen estará suspenso.

IV.- PROGRAMA

Tema 1. La economía: una visión global.

- 1.1. Los conceptos de economía y de ciencia económica
- 1.2. Microeconomía, macroeconomía, economía positiva, economía normativa.
- 1.3. La escasez: el problema clave.
- 1.4. Las tres decisiones básicas.
- 1.5. Las posibilidades de producción.
- 1.6. Coste de oportunidad.

Tema 2. Los Mercados y la intervención del Estado.

- 2.1. Mecanismos de asignación
- 2.2. Libre mercado. Beneficios e ineficiencias.
- 2.3. El papel económico del Estado. Motivos para intervenir.

Tema 3. El Mercado. Elementos de la Oferta y la Demanda.

- 3.1. Concepto de mercado.
- 3.2. Los agentes que participan en el mercado.
- 3.3. Demanda y oferta. El equilibrio del mercado.

Tema 4. Demanda y la conducta del consumidor.

- 4.1. Los determinantes de la demanda.
- 4.2. Las elasticidades de la demanda.
- 4.3. La elección y la teoría de la utilidad.
- 4.4. ¿Cómo elegir entre varios productos?. Utilidad marginal.

Tema 5. Las decisiones de oferta.

- 5.1. Los determinantes de la oferta.
- 5.2. La producción a corto plazo: Producto total, producto medio y producto marginal. La Ley de rendimientos decrecientes.
- 5.3. Los costes de producción.
- 5.4. Horizontes temporales de la oferta.

Tema 6. Mercados de competencia perfecta e imperfecta.

- 7.1. Estructura del mercado.
- 7.2. La Competencia Perfecta.
- 7.3. El Monopolio.

7.4. El Oligopolio y la Competencia Monopolística.

Tema 7. Visión panorámica de la macroeconomía.

7.1. Objetivos e instrumentos de la macroeconomía.

7.2. La Contabilidad Nacional. El Producto Nacional y su medición.

7.3. La Renta Nacional y la Renta Personal Disponible.

Tema 8. Fundamentos de la Oferta y la Demanda agregada.

8.1. La Demanda Agregada.

8.2. La Oferta Agregada.

8.3. El equilibrio macroeconómico.

8.4. Opciones de la política económica.

Tema 9. La política fiscal.

9.1. Los componentes de la Demanda Agregada.

9.2. El modelo del multiplicador.

9.3. El estímulo fiscal.

9.4. La restricción fiscal.

Tema 10. Política monetaria. Unión económica y monetaria.

10.1. La oferta monetaria.

10.2. La creación del dinero. El multiplicador del dinero.

10.3. Los instrumentos monetarios.

10.4. El Banco Central Europeo.

10.5. Unión Económica y Monetaria.

Tema 11. Inflación y desempleo.

11.1. Definición y medición de inflación.

11.2. Definición y medición de desempleo.

Tema 12. Comercio Internacional.

12.1. Motivos para comerciar.

12.2. La ventaja comparativa y la relación real de intercambio.

12.3. La balanza de pagos.

V.- BIBLIOGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

- CASTEJÓN MONTIJANO, R “Introducción a la Economía para Turismo”, Pearson Educación S.A. 2004. Madrid.
- FIGUEROLA PALOMO , MANUEL “ Introducción al estudio económico del turismo” Alianza Universal 2000
- MOCHÓN , F: “Economía y Turismo”, Mcgraw- Hill, (2004), Madrid.
- PARRA LÓPEZ,E “ Economía y turismo. Prácticas”. Mcgraw-hill (2005)

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

- BRADLEY R. SCHILLER: “Principios esenciales de Economía” Mc Graw- Hill. Madrid, 1995
- DORNBUSCH/FISCHER: " Macroeconomía". Mc Graw Hill. Madrid 1999
- ESCRIBÁ.F. JAVIER/ BLANCO . JUAN MANUEL/GALÁN . JOSÉ.: "Introducción práctica a la Economía". Madrid 1995
- GIMENO J. A., GONZALEZ M.C., GUIROLA J.M.: “Introducción a la economía. Libro de práctica”, Madrid 2001
- GRAVELLE/REES: " Microeconomía". Alianza Universidad Textos. Madrid 1991
- GREGORY MANKIW: “ Principios de Economía” Thomson. Madrid 2007
- MONCHON,F :“Economía, Teoría y Política” Mc Graw Hill 2000
- STIGLITZ, J.E.: " Economía". Ariel Ediciones.Madrid 1995.



Asignatura	DERECHO Y LEGISLACION
Código	04B1
Tipo	Troncal de primer curso
Duración	Anual (9 créditos: 6 créditos teóricos y 3 créditos prácticos.)
Profesor	D. Luis Hernández Armand.
Curso académico	2010/2011

ASIGNATURA SIN DOCENCIA

I.- OBJETIVO

Teniendo en cuenta que el destinatario de esta asignatura es el estudiante que está cursando la Diplomatura en Turismo, la finalidad de la presente disciplina no puede ser la misma que la de un Licenciado en Derecho, mucho más exigente y que precisa de la descripción de las normas aplicables y la jurisprudencia que las interpreta con el fin que pueda hacer frente a cualquier conflicto del Derecho, incluso aquellos que no están previstos por las normas, ni han sido resueltos por los tribunales. El objetivo por tanto de esta asignatura supone la renuncia al vano objetivo de formarlo como jurista y asumir un objetivo más modesto: el de informarle sobre el Derecho aplicable al sector turístico.

No obstante lo anterior, sería inútil la finalidad pretendida si se omiten ciertos temas que son de obligado conocimiento para una mejor comprensión de la normativa que regula el Turismo, de ahí la necesidad de conocer las instituciones básicas de nuestro Ordenamiento, por lo que el estudio de la personalidad o de las obligaciones y contratos devienen necesarios para una mejor formación del alumno.

II.- PLAN DIDÁCTICO

La metodología utilizada para conseguir los anteriores objetivos consistirá en la exposición de los contenidos del programa por parte del profesor de la asignatura con la mayor participación posible del alumno, que al final de cada tema o capítulo deberá responder a una serie de cuestiones prácticas, propuestas por el profesor, y relacionadas con las exposiciones de clase.

A lo largo del curso se harán frecuentes remisiones a diferentes textos legales a fin de facilitar su conocimiento y un estudio lo más exhaustivo posible de los temas tratados con la finalidad de despertar en el alumno su interés por las instituciones que esta asignatura contempla.

III.- CRITERIO DE EVALUACIÓN

La necesaria evaluación de conocimientos por parte del alumno se realizará mediante un ejercicio escrito al final del curso, pero en dicha valoración se tendrá en cuenta así mismo el grado de participación del mismo tanto en la realización de casos prácticos como en los trabajos desarrollados por ellos.

Igualmente y durante el mes de Febrero y coincidiendo con las fechas de exámenes programadas se realizará una examen parcial eliminatorio (hasta Junio). El alumno tendrá que superar un ejercicio tipo test y habrá de obtener como mínimo un 6 s/10 para eliminar materia.

IV.- PROGRAMA

I.- PARTE GENERAL

Tema 1.- Introducción.

- 1.1. Concepto y clases de Derecho.
- 1.2. Las fuentes y su jerarquía.
- 1.3. Eficacia de la Ley.

Tema 2. - El Derecho Civil, la persona y sus manifestaciones.

- 2.1. Derecho Civil, concepto y clases.
- 2.2. La persona física y jurídica.
- 2.3. La capacidad.
- 2.4. El domicilio.
- 2.5. La nacionalidad.

Tema 3. - Las cosas. Los derechos reales.

- 3.1. Las cosas, concepto y clases.
- 3.2. Los derechos reales, clases.
- 3.3. El derecho real de propiedad.

Tema 4. - La obligación.

- 4.1. El hecho y la relación jurídica.
- 4.2. La obligación, concepto, elementos y clases.
- 4.3. Fuentes de las obligaciones.

4.4. Cumplimiento de las obligaciones.

Tema 5. – Los contratos.

5.1. Los contratos, concepto, elementos y clases.

5.2. Perfeccionamiento.

5.3. Forma.

5.4. Interpretación.

Tema 6. La compraventa.

6.1. Concepto y características.

6.2. Elementos personales y sus obligaciones.

6.3. Elementos reales.

6.4. Compraventas especiales.

Tema 7. El contrato de arrendamiento.

7.1. Concepto y clases.

7.2. El arrendamiento de cosas.

7.3. El arrendamiento de servicios.

7.4. El arrendamiento de obra.

7.5. El arrendamiento de bienes urbanos.

Tema 8.- El Derecho Mercantil.

8.1. El Derecho Mercantil. Concepto.

8.2. Fuentes del Derecho Mercantil.

Tema 9. Empresa y empresario.

9.1. La empresa, concepto, elementos y clases.

9.2. El empresario. Clases.

9.3. El empresario individual.

9.4. Colaboradores del empresario.

Tema 10.- El empresario social.

10.1 Las sociedades mercantiles, concepto y características.

10.2 Clases de sociedades.

10.3 Personalidad, domicilio y nacionalidad de las sociedades.

10.4 La insolvencia del empresario.

Tema 11. La Sociedad Anónima (I)

11.1 Concepto y características.

11.2 Constitución.

11.3 El capital y la acción.

Tema 12. La Sociedad Anónima (II).

12.1 La Junta General de Accionistas. Concepto y clases.

12.2 Los administradores.

12.3 Los auditores.

Tema 13.- Los signos distintivos del empresario.

13.1 La propiedad industrial: Las patentes.

13.2 La marca.

13.3 El nombre comercial.

13.4 El rótulo del establecimiento.

Tema 14. Los títulos valores.

14.1 Concepto y clases.

14.2 La letra de cambio.

14.3 El cheque.

14.4 El pagaré.

Tema 15. El contrato mercantil.

15.1 Concepto, requisitos y clases.

15.2 Normas generales de aplicación a la contratación mercantil.

15.3 Condiciones generales de contratación.

Tema 16. El contrato de transporte.

16.1 Concepto, características y clases.

16.2 Elementos personales, reales y formales.

16.3 Obligaciones de las partes.

16.4 El transporte aéreo y marítimo.

Tema 17. Los contratos turísticos (I).

17.1 Generalidades.

17.2 El contrato de viaje combinado.

17.3 El contrato de servicios sueltos.

17.4 El contrato de reserva de contingente.

17.5 El contrato de seguro turístico.

Tema 18. Los contratos turísticos (II).

- 18.1 El contrato de hospedaje.
- 18.2 El contrato de gestión hotelera.
- 18.3 El aprovechamiento por turno de bienes inmuebles.

V.- BIBLIOGRAFÍA

- FERNANDEZ ORTEGA, Angel. Introducción al Derecho para el Sector Turístico. Thomson. Madrid 2005.
- BLANQUER CRIADO, David, Derecho del Turismo. Tirant lo Blanch. Valencia 1999.
- VICENT CHULIÁ Francisco, Introducción al Derecho Mercantil, 11ª edición, Tirant lo Blanch, Valencia 1998.
- BROSETA PONT Manuel, Manual de Derecho Mercantil, 10ª edición. Madrid 1994.
- ALBALADEJO , M. , Derecho Civil, Librería Bosch. Barcelona 1985.
- MARLASCA MARTINEZ Olga, Legislación turística, Universidad de Deusto, Bilbao 1994.



Asignatura	CONTABILIDAD FINANCIERA
Código	04B2
Tipo	Troncal de primer curso
Duración	Cuatrimestral (6 créditos: 4,5 créditos teóricos y 1,5 créditos prácticos, 1^{er} cuat.)
Profesor	D. Alberto López Pina
Curso académico	2010/2011

ASIGNATURA SIN DOCENCIA

I.- OBJETIVO

La dirección y el control de un negocio no es tarea fácil, ya que en su marcha inciden numerosos factores que los responsables de su gestión han de tener en cuenta.

De cara a la necesidad de tener información sobre la situación interna y externa del negocio, es decir, para, por ejemplo, saber cuanto hay que pagar, cuanto se deber, qué existencias se poseen, en definitiva, para tener una radiografía económico-financiera de la empresa, es preciso instrumentar algún sistema que permita cuantificar el patrimonio propio así como reflejar las obligaciones pendientes de cumplimiento con terceros.

En este sentido si se logra diseñar un cuadro, un programa, en fin, un PLAN que defina bien las diversas posiciones económicas y financieras de la empresa se habrá generado un medio esencial para informar las tomas de decisiones sobre la marcha del negocio, sobre los cambios que eventualmente haya que realizar para mejorar o corregir determinadas situaciones etc. , así como para deducir conclusiones sobre la rentabilidad del negocio y beneficios generados por las inversiones propias y ajenas comprometidas en el negocio.

Unos de los medios tradicionales que se ha utilizado, y se sigue empleando, para cubrir estas necesidades es la CONTABILIDAD.

Esta técnica tiene una tradición ancestral, pues su origen se atribuye al franciscano Luca Pacioli (1445-1510) que en su obra "Suma de Aritmética, Geometría, Proporciones y Proporcionalidad" (1494), resumió el conjunto de conocimientos matemáticos de su tiempo, incluyendo el primer tratado sistemático sobre la partida doble. Esta técnica es la esencia de la contabilidad actual.

*"Los responsables de la gestión empresarial con frecuencia han de tomar
decisiones de las que depende el futuro de la empresa.*

La contabilidad es el instrumento que proporciona la información que contribuye al acierto en estas decisiones.”

Los objetivos de la asignatura los podemos resumir en dos apartados:

a.- Comprensión de la necesidad y utilidad de la Información Contable, para la empresa en general, y para ellos en particular, en cuanto usuarios de la misma como futuros directivos o técnicos de empresas turísticas, y que tendrán que utilizar para la toma de decisiones. Se pretende pues formar usuarios de la información contable, no contables. Ahora bien, para comprender y usar en el futuro dicha información, se les enseña como se elabora en líneas generales, sin entrar en detalles.

b.- Como objetivo principal, comprensión de los documentos donde se resume toda la información contable: las Cuentas Anuales, es decir, el Balance, la Cuenta de Perdidas y Ganancias, y la Memoria. Todo ello, siguiendo la normativa del Nuevo Plan General de Contabilidad.

II.- PLAN DIDÁCTICO

El logro de tales objetivos requiere una clara exposición, ayuda y orientación del profesor y, por parte del alumno, su participación activa, mediante la asistencia a clase y el trabajo continuado.

En las clases teóricas se desarrolla cada uno de los temas del programa, explicando e interpretando los conceptos y estableciendo las correspondientes interrelaciones con el fin de construir un conocimiento global sobre el sistema contable.

Se proponen además, una serie de supuestos prácticos como medio de enfrentar al alumno con nuevos problemas y situaciones concretas que debe resolver, en la colección de supuestos prácticos propuestos, la mayoría son casos de empresas turísticas. El nivel de dificultad se va graduando progresivamente. Es imprescindible que el alumno trabaje por su cuenta y en base a las explicaciones recibidas estos supuestos prácticos, para resolver en clase las dudas.

En el desarrollo del programa distinguimos tres bloques conceptuales:

1º. - Este primer bloque tiene por objeto introducir al alumno en la disciplina objeto de estudio, acotando y centrando nuestra atención en el área que constituye el eje central de nuestra asignatura: la Contabilidad de Empresa.

2º. - El segundo bloque que centra su estudio en la problemática contable de las principales partidas representativas del balance y de los resultados.

3º. - En este tercer bloque estudiamos los distintos libros y estados contables que sirven de base para construir y comunicar información sobre la situación económico financiera de la empresa y sobre sus resultados.

Así, estudiaremos:

- Balance de Situación.
- Cuenta de Pérdidas y Ganancias.
- Memoria.

Para finalizar estudiaremos las principales técnicas de análisis de los estados financieros como fuente de información para la toma de decisiones.

III.- CRITERIO DE EVALUACIÓN

Los alumnos tendrán que resolver en clase los ejercicios de control que se propongan. Estos ejercicios serán recogidos por el profesor para evaluar de manera continuada el proceso de aprendizaje de los alumnos. ***Para superar la asignatura en la convocatoria de junio será imprescindible haber realizado como mínimo un 75% de los ejercicios propuestos.***

La evaluación de los conocimientos adquiridos por el alumno, se realizará mediante un examen al finalizar el segundo cuatrimestre, dentro de las fechas establecidas por la Escuela.

El examen consta de tres partes.

La primera parte consiste en la resolución de un cuestionario de preguntas tipo test sobre los temas teórico-prácticos (50-60 afirmaciones) con una penalización consistente en restar una respuesta correcta por cada dos incorrectas, representa un 30% de la puntuación total siendo necesario alcanzar al menos un 30% de dicha puntuación para superar el examen.

La segunda parte será un ejercicio práctico sobre los temas objeto de estudio, supondrá el 50% de la puntuación total, siendo necesario también alcanzar al menos un 40% de dicho valor.

En la tercera parte el alumno debe contestar entre tres y cinco preguntas cortas teóricas de desarrollo, representa el 20% de la puntuación total, siendo necesario alcanzar al menos una 30% dicho valor.

La asistencia, participación y el interés por la materia se tendrán en cuenta en la nota final de la asignatura.

IV.- PROGRAMA

Tema 1. Introducción a la Contabilidad.

- 1.1. Concepto de Contabilidad.
- 1.2. La contabilidad como sistema de información.
- 1.3. Usuarios de la información contable.
- 1.4. Requisitos de la información contable.
- 1.5. División de la Contabilidad.
- 1.6. La Contabilidad de Empresas.

Tema 2. El Patrimonio.

- 2.1. Concepto de patrimonio.
- 2.2. Elementos patrimoniales.
- 2.3. Masas patrimoniales.

Tema 3. Las Cuentas.

- 3.1. La cuenta como instrumento contable.
- 3.2. Clasificación de las cuentas.
- 3.3. Convenio de funcionamiento de las cuentas.
- 3.4. tecnicismos de las cuentas.
- 3.5. Los libros de contabilidad.
- 3.6. Resumen del proceso contable.

Tema 4. Análisis de las cuentas de diferencias y resultados. Proceso contable básico en las Empresas del Sector Turístico.

- 4.1. Concepto de ingresos y gastos.
- 4.2. Funcionamiento de las cuentas de ingresos y gastos.
- 4.3. El Resultado de la empresa.

Tema 5. El Plan General de Contabilidad.

- 5.1. Introducción.

- 5.2. Principios de Contabilidad.
- 5.3. Cuadro de Cuentas.
- 5.4. Definiciones y Relaciones Contables.
- 5.5. Cuentas Anuales.
- 5.6. Introducción al Balance.
- 5.7. Introducción a la Cuenta de P y G.
- 5.8. Introducción a la Memoria.
- 5.9. Normas de Valoración.

Tema 6. Análisis de los estados financieros.

- 6.1. Introducción.
- 6.2. Técnicas de análisis de los estados financieros.
- 6.3. Diferencias absolutas de masas de los estados financieros.
- 6.4. Estados financieros comparativos en valores absolutos y relativos.
- 6.5. Estados financieros descompuestos a valores relativos en base cien.
- 6.6. Uso de ratios.
- 6.7. Otras técnicas.
- 6.8. Análisis de la situación financiera a corto plazo.
- 6.9. Principales ratios del circulante.
- 6.10 Análisis de la situación financiera a largo plazo.
- 6.11 Análisis de los Resultados.

Tema 7. La Tesorería.

- 7.1. Las cuentas de tesorería en el PGC.
- 7.2. Problemas contables de la caja.
- 7.3. Normas de valoración de la tesorería.
- 7.4. La tesorería en hoteles y agencias de viaje.

Tema 8. Los Derechos de Cobro.

- 8.1. Consideraciones generales. Normas de valoración.
- 8.2. Las cuentas de clientes y deudores en el PGC.
- 8.3. Efectos comerciales a cobrar.
- 8.4. Provisión para insolvencias de cobro.
- 8.5. Otros derechos de cobro por operaciones tráfico.
- 8.6. Cuentas de personal.

- 8.7. Cuentas con la administración pública.
- 8.8. Créditos en moneda extranjera.
- 8.9. Derechos de cobro en hoteles y agencias de viaje.

Tema 9. Existencias.

- 9.1. Consideraciones generales.
- 9.2. Las cuentas de existencias en el PGC.
- 9.3. Valoración de existencias.
- 9.4. Envases y embalajes.
- 9.5. Provisión por depreciación de existencias.
- 9.6. Las existencias típicas en las empresas turísticas.

Tema 10. Inmovilizado.

- 10.1 Concepto de inmovilizado.
- 10.2 El inmovilizado material.
- 10.3 El inmovilizado inmaterial.
- 10.4 Los gastos amortizables.
- 10.5 El inmovilizado en las empresas turísticas.

Tema 11. Las fuentes de financiación de la Empresa.

- 11.1 Aportaciones a título capitalista.
- 11.2 Autofinanciación.
- 11.3 Subvenciones y fuentes de financiación ajenas.

Tema 12. Problemas Contables de las Inversiones Financiera.

- 12.1 Consideraciones generales.
- 12.2 Clasificación de las inversiones financieras.
- 12.3 Las inversiones financieras en el PGC.
- 12.4 Normas de valoración.

Tema 13. Contabilidad del Impuesto sobre el Valor Añadido.

- 13.1 Introducción.
- 13.2 IVA Soportado.
- 13.3 IVA Repercutido
- 13.4 Liquidación del IVA.

V.- BIBLIOGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA BASICA

- INSTITUTO DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA DE CUENTAS (ICAC): Plan General de Contabilidad.
- VACAS GUERRERO, Catalina: Curso Básico de Contabilidad financiera. De. Síntesis. Última edición disponible.

BIBLIOGRAFÍA COMPLETARIA

- OMEÑACA GARCIA, Jesús: "Contabilidad general". Ed. Deusto, Bilbao, 1991.
- RIVERO ROMERO, José: "Contabilidad Financiera".Ed. Trivium, Madrid. Última edición disponible.
- RIVERO ROMERO, José: "Supuestos de Contabilidad Financiera".Ed. Trivium, Madrid. Última edición disponible.
- ROJO, A.A. Contabilidad Financiera y de Sociedades. Ed. Tebar Flores, S.L. Madrid, 1992.
- SAEZ TORRECILLAS, A. y CORONA ROMERO, E. Análisis Sistemático y Operativo del Plan General de Contabilidad. McGraw-Hill. Madrid 1991.
- VACAS GUERRERO, Catalina: Curso Básico de Contabilidad Financiera. De. Síntesis. Última edición disponible.

Asignatura	RECURSOS TERRITORIALES TURÍSTICOS
Código	04B3
Tipo	Troncal de primer curso
Duración	Anual (9 créditos: 6 créditos teóricos y 3 créditos prácticos)
Profesora	Dña. Herminia Marín Castillo
Curso académico	2010/2011

ASIGNATURA SIN DOCENCIA

I.- OBJETIVOS

Estudiar el concepto de recurso turístico, su significado y los elementos que se pueden considerar como recursos, así como poner de manifiesto la importancia de conocer el medio geográfico para descifrar la realidad turística. El alumno, a través de instrumentos y procedimientos de análisis, debe llegar a conocer los factores de localización espacial del turismo y los recursos naturales y humanos que configuran los espacios turísticos, y cómo dichos factores y recursos llevan a distintas tipologías de espacios turísticos y a distintas clases de turismo. Estudiar los impactos del turismo en el medio ambiente para que, como futuros profesionales, contribuyan a la ordenación y desarrollo sostenible de los espacios y actividades turísticas. Conocer y diferenciar las principales regiones turísticas del mundo, así como el estudio más detallado de los recursos turísticos de las Comunidades Autónomas españolas.

II.- PLAN DIDÁCTICO

La **parte teórica** de la asignatura se desarrollará con la explicación en clase de los temas por parte de la profesora, apoyando dicha explicación con medios audiovisuales en aquellos casos que sea necesario y sirva de complemento al tema. La **parte práctica** de la asignatura incluye prácticas en el aula y rutas por la Región de Murcia. Cada alumno debe realizar, al menos, una de las tres rutas que se harán durante el curso. En el aula se realizarán comentarios sobre textos, tanto de prensa escrita como de libros, mapas de focos y flujos turísticos, mapas de relieve y clima, ficha de recursos y elaboración de un itinerario. Las prácticas, tanto las de clase como la ruta, son obligatorias para acceder al examen final.

III.- SISTEMA DE EVALUACIÓN

La evaluación de los conocimientos adquiridos por los alumnos se realizará sobre los distintos trabajos prácticos y exámenes que se realicen durante el curso y un examen final en junio. La calificación final será la suma de las distintas notas que el alumno vaya consiguiendo en función de los siguientes porcentajes:

Un **examen tipo test** a finales de noviembre sobre la materia dada hasta entonces (valoración 5%).



Un **examen** en febrero con preguntas de desarrollo y test que incluirá todos los temas dados desde el principio de curso (valoración 10%). Este examen será eliminatorio para aquellos alumnos cuya nota sea **igual o superior a 6**, para todo los alumnos se tendrá en cuenta el 10% de la nota que obtengan.

Un **examen tipo test**, a realizar durante la semana del 30 de marzo al 3 de abril, sobre las Comunidades Autónomas que se hayan estudiado desde el parcial de febrero (valoración 5%).

Un **examen final** en junio con preguntas de desarrollo y test de toda la materia (valoración 65%) **La nota mínima de este examen debe ser un 4** para poder sumar los parciales y las prácticas.

El formato de los exámenes tipo test consiste en una serie de enunciados para contestar verdadero o falso con penalización de 2x1.

El 15% restante es el valor de las prácticas; es indispensable para acceder al examen final completar, al menos, el 70% de las mismas y la ruta.

IV.- PROGRAMA

Tema 1. Recursos territoriales turísticos

- 1.1. Concepto de recurso turístico
- 1.2. Clasificación de los recursos turísticos
- 1.3. Evaluación de los recursos turísticos
- 1.4. Inventario de recursos turísticos

Tema 2. Los recursos como factores de desarrollo turístico

- 2.1. Los recursos como factores del desarrollo turístico y de su localización
- 2.2. Recursos naturales
 - 2.2.1. Relieve
 - 2.2.2. Clima
 - 2.2.3. Recursos forestales
 - 2.2.4. Recursos hídricos
- 2.3. Recursos humanos
 - 2.3.1. Económicos
 - 2.3.2. Técnicos
 - 2.3.3. Culturales
 - 2.3.4. Políticos

2.3.5. La comunicación

Tema 3. Tipos de turismo desarrollados sobre recursos naturales y humanos

- 3.1. El turismo litoral. Modelos de desarrollo
- 3.2. Los espacios turísticos invernales. Modelos de desarrollo
- 3.3. El turismo en espacios lacustres
- 3.4. El turismo urbano
- 3.5. El turismo cultural
- 3.6. El turismo rural
- 3.7. El turismo verde o ecoturismo
- 3.8. Los espacios naturales protegidos
 - 3.8.1. Los espacios naturales protegidos en España
 - 3.8.2. Los espacios naturales protegidos en la Región de Murcia

Tema 4. Localización de las actividades turísticas

- 4.1. La espacialidad del fenómeno turístico
- 4.2. Motivaciones y tipos de turismo
- 4.3. Núcleos receptores, zonas y regiones turísticas
- 4.4. Fuentes para el estudio espacial del turismo. Índices y tasas
- 4.5. Focos y flujos turísticos

Tema 5. Turismo y medio ambiente

- 5.1. Concepto y elementos del desarrollo sostenible
- 5.2. Concepto de calidad ambiental. Los indicadores ambientales
- 5.3. Los recursos ambientales como recurso turístico
- 5.4. Impactos medioambientales del turismo
- 5.5. Criterios para la evaluación de la sostenibilidad del turismo en un destino
- 5.6. La ecoauditoría

Tema 6. Recursos territoriales turísticos de la Cornisa Cantábrica

- 6.1. El País Vasco
 - 6.1.1. El marco geográfico
 - 6.1.2. Tipos de turismo
 - 6.1.3. Uso turístico del territorio
- 6.2. Cantabria

- 6.2.1. El marco geográfico
- 6.2.2. Tipos de turismo
- 6.2.3. Uso turístico del territorio
- 6.3. Asturias
 - 6.3.1. El marco geográfico
 - 6.3.2. Tipos de turismo
 - 6.3.3. Uso turístico del territorio
- 6.4. Galicia
 - 6.4.1. El marco geográfico
 - 6.4.2. Tipos de turismo
 - 6.4.3. Uso turístico del territorio

Tema 7. Recursos territoriales turísticos del Valle del Ebro

- 7.1. Aragón
 - 7.1.1. El marco geográfico
 - 7.1.2. Tipos de turismo
 - 7.1.3. Uso turístico del territorio
- 7.2. Navarra
 - 7.2.1. El marco geográfico
 - 7.2.2. Tipos de turismo
 - 7.2.3. Uso turístico del territorio
- 7.3. La Rioja
 - 7.3.1. El marco geográfico
 - 7.3.2. Tipos de turismo
 - 7.3.3. Uso turístico del territorio

Tema 8. Recursos territoriales turísticos del Litoral Peninsular oriental

- 8.1. Cataluña
 - 8.1.1. El marco geográfico
 - 8.1.2. Tipos de turismo
 - 8.1.3. Uso turístico del territorio
- 8.2. Comunidad Valenciana
 - 8.2.1. El marco geográfico
 - 8.2.2. Tipos de turismo



8.2.3. Uso turístico del territorio

Tema 9. Recursos territoriales turísticos de de la Meseta Central I

9.1. Castilla y León

9.1.1. El marco geográfico

9.1.2. Tipos de turismo

9.1.3. Uso turístico del territorio

9.2. Comunidad de Madrid

9.2.1. El marco geográfico

9.2.2. Tipos de turismo

9.2.3. Uso turístico del territorio

Tema 10. Recursos territoriales turísticos de la Meseta Central II

10.1. Castilla-La Mancha

10.1.1. El marco geográfico

10.1.2. Tipos de turismo

10.1.3. Uso turístico del territorio

10.2. Extremadura

10.2.1. El marco geográfico

10.2.2. Tipos de turismo

10.2.3. Uso turístico del territorio

Tema 11. Recursos territoriales turísticos del Mediodía Peninsular

11.1. Andalucía

11.1.1. El marco geográfico

11.1.2. Tipos de turismo

11.1.3. Uso turístico del territorio

11.2. Murcia

11.2.1. El marco geográfico

11.2.2. Tipos de turismo

11.2.3. Uso turístico del territorio

Tema 12. Recursos territoriales turísticos de los Territorios Insulares y Ceuta y Melilla

12.1. Islas Canarias

12.1.1. El marco geográfico

- 12.1.2. Tipos de turismo
- 12.1.3. Uso turístico del territorio
- 12.2. Islas Baleares
 - 12.2.1. El marco geográfico
 - 12.2.2. Tipos de turismo
 - 12.2.3. Uso turístico del territorio
- 12.3. Ceuta y Melilla
 - 12.3.1. Marco geográfico y recursos turísticos de ambas ciudades autónomas

V.- BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

- ALONSO, J.: *Geografía turística general y de España*. Areces. Madrid 2004
- CALABUIG, T. y MINISTRAL, M.: *Manual de Geografía turística de España*. Ed. Síntesis. Madrid 1998.
- CALLIZO SONEIRO, J.: *Aproximación a la Geografía del Turismo*. Síntesis. Madrid 1991.
- DÍAZ ÁLVAREZ, J.R.: *Geografía del Turismo*. Síntesis. Madrid 1993.
- IVARS, J.: *Planificación turística de los espacios regionales de España*. Síntesis. Madrid 2003
- JAFARI, JAFAR: *Enciclopedia del turismo*. Síntesis, Madrid 2002.
- LOPEZ OLIVARES, D.: *La ordenación y planificación integrada de los recursos territoriales turísticos*. Universidad Jaime I, Castellón de la Plana, 1998
- LOZATO GIOTART, J.P.: *Geografía del turismo*. Masson. Barcelona 1990
- MESPLIER, A. y BLOC-DURAFFOUR, P.: *Geografía del turismo en el mundo*. Ed. Bréal. Síntesis, Madrid 2000.
- TERÁN, M. y SOLÉ SABARIS, L. y otros.: *Geografía general de España*. Ariel. Barcelona 1994.
- VERA, J.F., LOPEZ PALOMEQUE, F., MARCHENA, M., ANTÓN, S.: *Análisis territorial del turismo*. Ariel Geografía. Barcelona 1997.
- VV.AA. *Atlas Global de la Región de Murcia* Edita La Verdad. Murcia 2007

VI.- BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

-BOSCH CAMPRUBI, R. y otros: “*Turismo y medio ambiente*”. Ed. Centro de Estudios Ramón Areces S.A., Madrid, 1998.

-“*Código Ético Mundial para el Turismo*”, Santiago de Chile) 1999 CUMBRE MUNDIAL DEL ECOTURISMO, Québec (Canadá) 2002

-“*Cumbre Mundial sobre el Desarrollo Sostenible*”, Johannesburgo, 2002

-FERNÁNDEZ FUSTER, L.: “*Geografía general del turismo de masas*”. Alianza. Madrid 1991.

-FERNÁNDEZ FUSTER, L.: “*Historia general del turismo de masas*”. Alianza. Madrid 1991.

-FLORISTÁN SAMANES, A.: “*España, país de contrastes naturales*”. Síntesis. Madrid 1988.

-“*Seminario sobre Turismo Sostenible y Competitividad en las Islas del Mediterráneo*”, Capri (Italia) 2000

Se recomienda el manejo de los ejemplares de Estudios Turísticos existentes en la biblioteca del centro. Para la realización de trabajos prácticos y seguir las clases se recomienda el manejo de atlas, mapas de carreteras, guías turísticas, coleccionables aparecidos en suplementos de prensa y artículos de revistas especializadas en Turismo.

Asignatura	INGLES
Código	04B4
Tipo	Troncal de primer curso
Duración	Cuatrimstral (6 créditos: 4,5 créditos teóricos y 1,5 créditos prácticos, 1^{er} cuat.)
Profesor	D. Rafael Rocamora Abellán D. Pablo Ros Pérez
Curso académico	2010/2011

ASIGNATURA SIN DOCENCIA

I.- OBJETIVO

Los estudiantes que comienzan la carrera de Técnico en Empresas y Actividades Turísticas deben poseer un nivel intermedio de Inglés, por lo tanto deben de estar familiarizados con el aprendizaje y el funcionamiento de la lengua inglesa así como de la cultura que ésta implica.

En este primer curso los alumnos desarrollarán una comprensión mas profunda de la lengua y cultura inglesa, como preparación para sus futuras carreras profesionales en el sector turístico. Los aspectos funcionales de la industria turística que serán tratados van desde las rutinas del lenguaje relativamente limitadas de, por ejemplo, recepcionistas y camareros, a las destrezas más complejas y el dominio requerido para situaciones de mayor dificultad: conversaciones que requieran un mayor dominio del idioma, presentaciones, reuniones de negocios, etc.

II.- PLAN DIDACTICO

El departamento de Inglés de la Escuela Universitaria de Turismo de Murcia se plantea la enseñanza del idioma desde un punto de vista ecléctico, es decir, apuntando hacia una integración de diversos métodos didácticos, confiriendo especial relevancia a la enseñanza/aprendizaje comunicativo y enfatizando los aspectos funcionales del lenguaje sin menospreciar la carga de contenidos gramaticales de la asignatura.

El objetivo funcional para la asignatura de Inglés en este primer curso es proveer al alumno con los requisitos comunicativos básicos para hacer frente a situaciones reales de uso de la lengua extranjera en condiciones óptimas de comunicación.

El objetivo primordial de la asignatura en este primer curso estará enfocado al futuro profesional de nuestros alumnos, es decir, al ámbito del mundo turístico, empresarial e industrias afines donde el dominio de la lengua extranjera es hoy en

día requisito imprescindible para desarrollar una profesión en un sector en expansión continua.

Asimismo, es objetivo básico desarrollar en los alumnos las cuatro destrezas comunicativas básicas: Hablar, Escuchar, Leer y Escribir. Se prestará en este primer curso una atención especial a las destrezas de Habla y Escucha para compensar posibles carencias en su aprendizaje anterior y para consolidar su manejo del Inglés para los cursos segundo y tercero.

III.- PLAN DIDACTICO

A lo largo de este primer curso no se seguirá un solo método didáctico dado el carácter heterogéneo de la experiencia previa del alumnado con el idioma Inglés.

Dentro de esta variedad metodológica podemos destacar los siguientes puntos:

- **Lengua en uso.** Dado que la gran mayoría de nuestros alumnos ya han tenido experiencia en el aprendizaje del inglés, el uso continuo de la segunda lengua en clase se verá mínimamente reforzado por el castellano cuando sea absolutamente necesario. El mayor tiempo posible de exposición a la segunda lengua repercutirá en una mayor capacidad comprensiva del alumno que se verá plasmada en el uso que haga de la lengua especialmente en el segundo y tercer curso.

- **Explicación frontal.** El peso específico de los contenidos gramaticales, culturales, funcionales, etc. será responsabilidad del profesor. Este método facilita al alumno una información precisa que sería más difícil de obtener individualmente para el alumno que trabaja de forma autónoma. Se da por hecho que los alumnos poseerán un vocabulario y un dominio del idioma lo suficientemente desarrollado para seguir las explicaciones del profesor.

- **Trabajo individual.** Se espera del alumno un esfuerzo individual en clase completado con un trabajo continuo en casa de manera que se practiquen las diferentes destrezas de aprendizaje de forma paralela a lo largo de la semana. En clase se hará un especial hincapié en las destrezas orales y auditivas; dejando para casa aquellas que necesitan una mayor reflexión, es decir, la lectura y la escritura.

- **Trabajo en grupo.** Los puntos gramaticales, las funciones del lenguaje, las nociones culturales, etc. que sean conocidas para el alumno son revisadas y comprobadas de manera que permitan al estudiante usar y compartir su conocimiento y experiencia en clase. Se estimulará el trabajo en grupo principalmente en clase: role-play, diálogos, proyectos, etc. Los puntos gramaticales nuevos se presentan de forma que hagan pensar conscientemente al alumno acerca de las reglas del idioma extranjero.

IV.- CRITERIO DE EVALUACIÓN

I. Al final del cuatrimestre, los alumnos se someterán a un examen final. Las pruebas consistirán en una prueba escrita (que constará de varias partes, entre las que se encontrará una prueba de Listening valorada en torno a un 10% del valor total del examen escrito) y de una prueba oral a la que sólo accederán aquellos alumnos que previamente hayan superado la prueba escrita

Para superar el examen, se deberán aprobar ambas partes independientemente, con una nota igual o superior a 5 puntos.

Este examen final tendrá una valoración de un 80% sobre la evaluación total.

El formato del examen se mantendrá inalterado en las convocatorias de Septiembre y Junio, es decir, incluirá todas las pruebas que aparecen en la prueba de Febrero.

II. Los alumnos deberán presentar un trabajo por escrito al final del cuatrimestre. Estos trabajos tienen carácter obligatorio y estarán relacionados con el mundo del turismo o, alternativamente, con la cultura de los países de habla inglesa. Tendrán una valoración de un 10% sobre la evaluación total. Habrán de ser presentados en Inglés, mecanografiados e incluirán índice, bibliografía y los contenidos específicos que en cada caso sean requeridos por el profesor. La no presentación de este trabajo implicará la inhabilitación del alumno para ser evaluado en todas las convocatorias hasta la presentación del mismo.

III. Se valorarán tanto la asistencia como la participación en clase como requisitos imprescindibles para el control continuo del aprendizaje de la lengua inglesa, se valorará este último apartado con un 10% sobre el total de la nota final. Atendiendo a posibles situaciones personales de los alumnos que justifiquen su falta asidua a clase, el profesor podrá modificar a su criterio, la valoración de este apartado en la evaluación final.

IV.- PROGRAMA

Los siguientes contenidos podrán ser matizados, ampliados ó resumidos ligeramente a lo largo del curso para adaptarlos a las características propias de cada grupo. A continuación se presenta un resumen a modo de guía de los contenidos que se verán a lo largo del cuatrimestre.

	TOPIC	SPEAKING	LISTENING	WRITING	Use of English
1	Entertaining	Interview	Extracts	Formal letter	Present and Future
2	Challenges	Adventure	Interview	Formal letter	Past
3	Places	Town amenities	Changes in a city	Article	Comparisons
4	Travel	Discussion	Note taking	Discursive composition	Determiners and Quantifiers
5	Discoveries	Individual	Sentence completion	Stories	Modals
6	Technology	Important inventions	Multiple matching	Report	Future forms

V.- BIBLIOGRAFÍA BASICA

Text Book

- Stanton, A. and Stephens, Mary Fast Track to FCE. Longman.2001

Grammar

- Murphy, R. English Grammar in Use. Cambridge University Press. 1994

VI.-BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTARIA

Text Books

- Fowler, W.S. New First Certificate English Books 1-4, Nelson. 1984
- Jones,L. Progress to First Certificate. Cambridge University Press. 1992
- Naunton, J. Think first Certificate. Longman. 1996
- O'Connell, S. Focus on First Certificate. Collins ELT. 1987

Vocabulary

- Watcyn-Jones, P. Test your Vocabulary 1-4. Penguin Books. 1988
- Test your English Idioms. Penguin Books. 1990

Grammars

- Beaumont,D; Granger, C. The Heineman English Grammar. Heineman. 1992
- Swan, M. Practical English Usage. Oxford U.P.

Listening

- Harkess, S. With Pleasure. English for the Hotel Service Staff. Longman. 1991
- You're Welcome. English for Hotel Reception. Longman 1991
- Harmer, J; Elsworth, S. The Listening File. Longman. 1990.

Dictionaries

- Collins Dictionary. - Collins Cobuild Dictionary. - Oxford English Dictionary.



Asignatura	FRANCES
Código	04B5
Tipo	Troncal de primer curso
Duración	Cuatrimestral (6 créditos: 4,5 créditos teóricos y 1,5 créditos prácticos, 2º cuat.)
Profesora	Dña. Concepción Bernal Fernández
Curso académico	2010/2011

ASIGNATURA SIN DOCENCIA

I.- OBJETIVO

El departamento de francés de la Escuela Universitaria de Turismo de Murcia se plantea la enseñanza del idioma desde un punto de vista ecléctico, es decir, apuntando hacia una integración de diversos métodos didácticos, confiriendo especial relevancia a la enseñanza-aprendizaje comunicativo, enfatizando los aspectos funcionales del lenguaje, sin menospreciar la carga de contenido gramatical de la asignatura.

El objetivo funcional para la asignatura de francés, en este primer curso, es reforzar al alumno con los requisitos comunicativos básicos para hacer frente a situaciones reales de uso de la lengua extranjera, en condiciones óptimas de comunicación. El objetivo primordial estará enfocado al futuro profesional de nuestros alumnos, es decir, al ámbito del mundo turístico, empresarial e industrias afines, donde el dominio de la lengua extranjera es requisito indispensable.

II.- PLAN DIDÁCTICO

A lo largo de este primer curso se intentarán varios métodos para conseguir un aprendizaje interesante teniendo en cuenta la capacidad propia de cada alumno. Dentro de esta variedad podemos destacar los siguientes puntos metodológicos:

Lengua de uso: Se intentará hablar en lengua francesa el mayor tiempo posible, teniendo en cuenta que el nivel del alumnado hará necesario algunas explicaciones en castellano,

Explicación frontal: El peso específico de los contenidos gramaticales, culturales, funcionales, serán responsabilidad del profesor. Este método facilitará al alumno la información precisa que sería difícil de obtener en este nivel de forma individual.

Trabajo individual: Se espera una participación individual en la clase por parte del alumnado así como ejercicios complementarios en casa. En esta clase se hará hincapié en destrezas orales y auditivas, dejando para casa aquellas que necesiten una mayor reflexión, es decir, de escritura y lectura.

Trabajo en grupo: Los puntos gramaticales, las funciones del lenguaje, las nociones culturales etc..., que sean conocidas por el alumno son revisadas y comprobadas de manera que permitan al estudiante usar y compartir su conocimiento y su experiencia en clase: "Jeux de rôles", diálogos, proyectos, etc. Los puntos gramaticales se presentarán de forma que haga pensar conscientemente al alumno acerca del idioma extranjero.

III.- CRITERIO DE EVALUACIÓN

Esta asignatura cuatrimestral se someterá a un examen final (junio). Las pruebas consistirán en un examen escrito sobre los contenidos gramaticales, léxicos y conceptuales contemplados durante el curso, con ejercicios de comprensión lectora y oral, de vocabulario y gramaticales. Así mismo los alumnos deberán someterse a una entrevista con el profesor de la asignatura, en lengua francesa, en la cual los alumnos habrán de probar su competencia comunicativa en las situaciones relacionadas con el contexto turístico en el que se haya desarrollado durante el curso escolar.

Los alumnos deberán realizar a lo largo del cuatrimestre de forma individual o en grupo y con **carácter obligatorio** un trabajo práctico, relacionado con su futuro profesional: simulación o asistencia de visitas guiadas de alguna localidad turística de nuestro entorno, asistencia a las conferencias propuestas por la Escuela Universitaria de Turismo. Este planteamiento práctico, queda sujeto naturalmente a la aprobación académica y disponibilidad de los ponentes.

Valor de las pruebas:

Prueba escrita: 50%.

Prueba oral: 30%.

Trabajos prácticos: 10%.

Se valorarán la asistencia a clase y la participación en la misma, como requisito indispensable para el control continuo del aprendizaje, que podría llegar a alcanzar el **10%** de la nota global de la asignatura.

IV.- PROGRAMA

Tema 1 (semanas 16-18).

1.1.Contenidos gramaticales: Revisión del "Passé composé- Imparfait", la concordancia del participio pasado. La duración y la sucesión. La expresión de la cantidad: Los artículos partitivos.

1.2.Contenidos temáticos y comunicativos: Los rasgos físicos y de la personalidad.

Tema 2 (semanas 19-21)

- 2.1.Contenidos gramaticales: los pronombres personales de complemento directo.
- 2.2.Contenidos temáticos y comunicativos: El turismo y sus tipos. El viaje. Informarse y saber informar al turista.

Tema 3_(semanas 22-24)

- 3.1.Contenidos gramaticales: Los pronombres personales complementos indirecto.
- 3.2.Contenidos temáticos y comunicativos: La comunicación y la tecnología.. Informar y buscar informaciones en textos de carácter turístico.

Tema 4 (semanas 25-27)

- 4.1.Contenidos gramaticales: Conjugación verbal: El futuro simple y futuro anterior.
- 4.2.Contenidos temáticos y comunicativos: El alojamiento. Vocabulario sobre las diferentes partes de la casa.

Tema 5 (semanas 28-30)

- 5.1.Contenidos gramaticales: Forma y uso de los adjetivos y pronombres indefinidos. Revisión de la frase negativa.
- 5.2.Contenidos temáticos y comunicativos: El tiempo meteorológico y el medio natural.

V.- BIBLIOGRAFIA

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

- “Panorama 1”, méthode de français. Clé International.
- “Le nouveau Bescherelle. L’art de conjuguer”. Bescherelle. Paris. Hatier.
- “Le français au présent”. Grammaire. Annie Monnerie. Didier/Hatier.
- “Diccionario moderno. Francés-Español, Español-Francés. García Pelayo y Jean Testas. Larousse.

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

- “Exercices de grammaire”. Cours de civilisation française. Hachette.
- “Où est votre français?. Pratique des langues étrangères. Collection dirigé par Robert Galisson. Clé International.
- “Grammaire progressive du français”. Maïa Grégorie et Odile Thiévenaz. Clé International.
- “Vocabulaire progressif du français”. Claire Leroy-Miquel et Anne Goliot-Lété. Clé international



Asignatura	ALEMAN
Código	04B6
Tipo	Troncal de primer curso
Duración	Cuatrimestral (6 créditos: 4,5 créditos teóricos y 1,5 créditos prácticos, 2º cuat.)
Profesores	D. Evaristo Martínez Belchi Dña. Gisela Siebert
Curso académico	2010/2011

ASIGNATURA SIN DOCENCIA

I. - OBJETIVO

En este primer curso de la Diplomatura de Turismo la docencia del alemán se aborda desde el concepto de enseñanza del idioma para fines específicos. El objetivo principal de esta asignatura y de las que la suceden en los cursos siguientes es capacitar al estudiante para comunicarse adecuadamente en las situaciones relacionadas con su futura profesión. Por ese mismo carácter específico, resulta evidente que la presente asignatura no puede partir desde un nivel de inicial absoluto. Los alumnos que deseen cursarla deberán estar en posesión de unos conocimientos previos del idioma equivalentes a un curso de 40 horas lectivas.

Los objetivos específicos de este primer curso, cuyo contenido aparece detallado más abajo en el plan didáctico, pasarán por la adquisición de las habilidades básicas de comprensión y expresión tanto oral como escrita necesarias para su actividad profesional. Por otra parte, tampoco podemos olvidar que la enseñanza a nivel universitario ha de ser una formación integral, en la que la finalidad práctica no nos puede hacer olvidar el aspecto teórico de reflexión sobre la lengua y conocimiento filológico de la misma.

II.- PLAN DIDÁCTICO

Como ya hemos mencionado, en este primer curso de alemán se parte de la condición de unos conocimientos previos básicos del idioma por parte del alumno, concretamente equivalentes a 40 horas de clase. Dada la inevitable heterogeneidad de los conocimientos que aportaran los estudiantes, se hace necesaria en un primer momento la tarea de homogeneizar en lo posible dichos conocimientos, tanto morfosintácticos como de vocabulario. En dicho primer momento se animará a aquellos alumnos que presenten deficiencias en sus conocimientos previos a que los subsanen lo antes posible.

A continuación se proseguirá con la adquisición y ampliación de estructuras morfosintácticas así como con el afianzamiento y ampliación de su acervo léxico, prestando decidida atención a aquellos aspectos con una relación más estrecha con el ámbito turístico. Se hará énfasis en que la adquisición de los conocimientos morfosintácticos tenga lugar dentro del contexto de las situaciones a continuación

descritas, en las cuales, con un vocabulario propio de su nivel, el alumno pueda ejercitar y desarrollar las capacidades productivas y receptoras del idioma. Asimismo haremos hincapié en que el alumno, además del aspecto puramente comunicativo, comprenda la importancia del aspecto morfosintáctico dentro del aprendizaje del alemán, y de que su conocimiento es un aspecto básico en el que se basa toda producción comunicativa.

III.- CRITERIO DE EVALUACIÓN

Se someterá a los alumnos a un examen final en junio. Los exámenes constarán de una prueba escrita y una oral. Sólo los alumnos que hayan obtenido en la prueba escrita una puntuación igual o superior al 40% podrán presentarse a la prueba oral.

La prueba escrita consistirá en un test gramatical y de vocabulario y un texto para comentar. El alumno deberá superar un mínimo del 50% de la puntuación de las pruebas oral y escrita para superar la asignatura.

Puntuación: Examen final escrito 70%

Examen final oral 30%

IV.- PROGRAMA

Tema 1. **Termine.** Citas, puntualidad, eventos. Los días de la semana, las partes del día, la hora. Preguntar con Wann?, Von wann bis wann?, las preposiciones del tiempo *am, um, von ... bis, ...,* los verbos separables y no separables, la negación, el pretérito imperfecto de *haben y sein.*

Tema 2. **Orientierung.** Orientación en el puesto de trabajo, el camino al trabajo. La ciudad de Leipzig, un plano de la ciudad, la agenda. Ciudad, medios de transporte, la oficina y el ordenador. La fecha. Las preposiciones *in, neben, unter, auf, vor, hinter, an, zwischen, bei und mit + Dativ,* los números ordinales.

Tema 3. **Berufe.** Trabajo y vida cotidiana, describir actividades, presentar a alguien, etc. Los verbos modales, *Satzklammer,* los artículos posesivos y la negación con *kein,* etc.

Tema 4. **Berlin.** Visita de Berlín, una excursión. Orientación en la ciudad, hablar sobre un viaje, escribir postales, etc. Las preposiciones del lugar con *Akkusativ* y con *Dativ.*

Tema 5. **Ferien und Urlaub**. Vacaciones en Alemania, la familia, hablar sobre las vacaciones, accidentes. El pretérito perfecto de los verbos regulares e irregulares.

Tema 6. **Essen und trinken**. En el mercado / supermercado, comer y cocinar, recetas, medidas, preguntar por precios, hablar sobre preferencias en la comida, etc. La comparación y el superlativo, preguntas con *welch-*, adverbios de frecuencia, *immer, nie, manchmal*.

V.- BIBLIOGRAFÍA

Libros de texto y de ejercicios:

- **FUNK, HERMANN, KUHN, CHRISTINA, DEMME, SILKE**; Studio d A1 – Deutsch als Fremdsprache Kurs- und Übungsbuch, Cornelsen Verlag Berlin, 2005

Gramáticas:

- **DREYER/SCHMITT**:Prácticas de gramática alemana. Teoría y ejercicios, Verlag für Deutsch, Madrid, 1994

- **DORA SCHULZ/ HEINZ GRIESBACH**: Grammatik der deutschen Sprache, Hueber-Verlag, Ismaning, 1992

- **LUSCHER/ SCHÄRPERS / LECHNER / RULL**: Deutsch 2000. Gramática del alemán contemporáneo, Dillingen, 1989.

Diccionarios:

- **LANGENSCHIEDT**: Diccionario moderno alemán- español / español-alemán, Berlin, 1989.

- **KLETT**: Thematischer Grund- und Aufbauwortschatz, Stuttgart 1991.

Bibliografía recomendada:

- **REIMANN, MONIKA**: Gramática esencial del alemán con ejercicios, Hueber-Verlag, Ismaning, 1999.



Asignatura	ESTRUCTURA DE MERCADOS
Código	04B7
Tipo	Troncal de primer curso
Duración	Cuatrimstral (6 créditos: 4,5 créditos teóricos y 1,5 créditos prácticos, 1^{er} cuat.)
Profesor	D. Enrique Hernández Armand.
Curso académico	2010/2011

ASIGNATURA SIN DOCENCIA

I.-OBJETIVOS

La asignatura se concibe como una aproximación genérica del alumno al conocimiento del Turismo. De esta manera, se pretende dar a conocer qué es la Ciencia del Turismo y qué contenidos abarca. Teniendo en cuenta su marcado carácter multidisciplinar, es necesario contemplar el Turismo desde diferentes ópticas, como la económica, la sociológica, la jurídica o incluso el medio ambiente.

Se presta una especial atención a determinados organismos internacionales, como la OMT-WTO o la WTTC y se incluye un tema específico dedicado a las infraestructuras del transporte a las que tan ligado está el turismo. En realidad esta asignatura tiene su continuación en otra de segundo curso (Operaciones y Procesos de Producción).

II.-PLAN DIDÁCTICO

Como método didáctico se ha optado por las exposiciones del profesor sobre cada uno de los temas, complementada con prácticas de clase. Estas últimas consistirán en la proyección de transparencias, entrega de estadísticas, noticias de prensa y consulta de revistas especializadas.

Dado lo cambiante que resulta el turismo, resulta imprescindible poner al día todos estos conocimientos mediante apuntes o textos que el profesor entregará en clase.

Para introducir al alumno en tareas de investigación se realizará a lo largo del curso un trabajo obligatorio sobre un tema propuesto por el profesor relacionado directamente con alguna de las materias estudiadas.

III.-SISTEMA DE EVALUACIÓN

La evaluación de la parte práctica se verificará mediante la entrega por el alumno, antes del examen final, de un trabajo sobre una materia previamente propuesta por el profesor y con las condiciones y requisitos que previamente se expondrán. Dicho trabajo, obligatorio, será imprescindible para poder aprobar la asignatura y no será calificado a menos que sea de una excelente calidad (dos puntos como máximo). La parte teórica será evaluada con un único examen final de

tipo mixto. La primera parte del ejercicio (50% de la nota) consistirá en contestar preguntas. La segunda parte, (el otro 50%) constará de preguntas tipo verdadero/falso, con penalización 2x1. Para superar el examen será preciso obtener al menos un 5 en el examen y haber realizado el trabajo de investigación antes señalado.

IV.-PROGRAMA

TEMA 1. EL TURISMO. CONCEPTO

INTRODUCCIÓN

- 1.1. La Ciencia y las ciencias
- 1.2. Turismo: transversalidad e interdisciplinariedad
- 1.3. El Turismo como sistema
- 1.4. Definiciones existentes y sus dificultades
- 1.5. El contenido de la Ciencia Turística
- 1.6. Clases de Turismo
- 1.7. El visitante: turistas y excursionistas
- 1.8. Corrientes y núcleos turísticos
- 1.9. Efectos del Turismo

TEMA 2. EVOLUCIÓN HISTÓRICA DE LOS VIAJES Y EL TURISMO

- 2.1. Antecedentes
 - 2.1.1. Los viajes en la antigüedad
 - 2.1.2. La Edad Media
 - 2.1.3. Siglos XVI al XVIII
- 2.2. Los orígenes del turismo: el siglo XIX
 - 2.2.1. La revolución de los transportes
 - 2.2.2. Salud y diversión
 - 2.2.3. Los Pioneros del turismo
- 2.3. De los años 20 hasta la Segunda Guerra Mundial (1919-1950)
- 2.4. Desde 1950 hasta el turismo de masas de nuestros días
 - 2.4.1. El boom turístico (1950-1973)
 - 2.4.2. Desde 1973 hasta hoy
- 2.5. Evolución histórica del turismo en España
 - 2.5.1. Desde principios del siglo XX hasta la Guerra Civil
 - 2.5.2. Desde la Guerra Civil a nuestros días

TEMA 3. LOS AGENTES TURÍSTICOS

- 3.1. Introducción
- 3.2. Grupo empresarial
 - 3.2.1. Proveedores finales
 - 3.2.2. Distribuidores
 - 3.2.3. Organizadores/mediadores
- 3.3. Grupo institucional

TEMA 4. EL TURISMO MUNDIAL

- 4.1. Características de las corrientes turísticas
- 4.2. La Estacionalidad
- 4.3. Las corrientes turísticas mundiales
- 4.4. Previsiones futuras del turismo mundial
- 4.5. La Organización Mundial del Turismo (OMT-UNWTO)
 - 4.5.1. Evolución
 - 4.5.2. Fines y actividades de la OMT
- 4.6. World Travel and Tourism Council WTTC
- 4.7. El Turismo en la Unión Europea

TEMA 5. RECURSOS TURÍSTICOS Y MEDIO AMBIENTE

- 5.1. Recursos Turísticos: concepto y clasificación
- 5.2. Recursos naturales y turismo
- 5.3. Desarrollo Turístico Sostenible
- 5.4. La Agenda 21
- 5.5. Herramientas e indicadores
- 5.6. Certificaciones y etiquetas ecológicas
- 5.7. Espacios naturales protegidos: ecoturismo
- 5.8. La Costa como recurso turístico

TEMA 6. LA ADMINISTRACIÓN Y LA POLÍTICA TURÍSTICAS

- 6.1. La Administración turística
- 6.2. La Administración turística central española
 - 6.2.1. Segitur
 - 6.2.2. IET
 - 6.2.3. TURESPAÑA

- 6.3. La Administración Turística de las CCAA
- 6.4. La Administración Turística Local
- 6.5. Órganos de Cooperación y Coordinación
- 6.6. La política turística
 - 6.6.1. Estadísticas y estudios de mercado
 - 6.6.2. Planificación
 - 6.6.3. Legislación
 - 6.6.4. Promoción turística institucional
 - 6.6.5. Infraestructuras del transporte
- 6.7. La política Turística en España

TEMA 7. EL TURISMO EN ESPAÑA

- 7.1. Turismo receptivo: FRONTUR
- 7.2. Turismo Interno: FAMILITUR

V.- BIBLIOGRAFÍA

Se utilizará como **libro de texto**:

- Vogeler Ruiz y Hernández Armand: "El Mercado Turístico. Estructura, operaciones y procesos de producción". Ed. Centro de Estudios Ramón Areces. Madrid, 2000.

Como **libros de apoyo y consulta**:

- McIntosh, Goeldner y Ritchie: "Turismo, Planeación, administración y perspectivas". Ed. Limusa Wiley. Méjico
- Fernández Fúster, Luis: "Introducción a la Teoría y Técnica del Turismo". Alianza Universidad Textos. Madrid
- Figuerola Palomo, Manuel: "Teoría Económica del Turismo". Alianza Universidad Textos. Madrid.
- Álvarez Sousa, Antonio: "El ocio turístico en las sociedades industriales avanzadas." Ed. Bosch. Barcelona, 1994
- Cooper, Fletcher, Gilbert y Wanhill: "Turismo, principios y práctica". Ed. Diana. México 1997.
- Valls, J.F.: "Las claves del Mercado turístico". Ed. Deusto. Bilbao 1996.



Asignatura	MARKETING TURÍSTICO
Código	04B8
Tipo	Troncal de primer curso
Duración	Cuatrimstral (6 créditos: 4,5 créditos teóricos y 1,5 créditos prácticos, 2º cuat.)
Profesora	Dña. Nieves Gil Corbalán
Curso académico	2010/2011

ASIGNATURA SIN DOCENCIA

I.- OBJETIVO

Las nuevas condiciones y exigencias del mercado turístico obligan a las empresas y destinos turísticos a incorporar decididamente a su gestión la herramienta del marketing, a menos que se resignen a desaparecer o a quedar marginadas. Todo empieza por la necesidad de que los futuros profesionales del turismo sean conscientes de esa situación y conozcan por tanto la eficacia que supone la aplicación del marketing en la gestión turística.

Con la asignatura de Marketing Turístico se dota al estudiante de nociones básicas sobre procedimientos, acciones, técnicas y estrategias del marketing. El objetivo será que el alumno conozca las *peculiaridades del mercado turístico y del cliente-turista*, así como, estudiar el comportamiento de las variables del *Marketing Mix en las empresas turísticas*. Se incide en el estudio del producto turístico, la distribución en Turismo (y sus formas más usuales, AAVV y Touroperadores) y el proceso de comunicación, que incluye la promoción, publicidad, pasando por ferias, publicaciones, etc.

En definitiva, tratamos de obtener una clara idea de los elementos que conforman el Marketing Turístico y el peso específico que cada uno de estos tiene. La idea principal es analizar esos elementos y mostrar su aplicación real y práctica, tal y como la utilizan los profesionales del Turismo. Ello se consigue gracias a la componente teórica y al uso de ejemplos reales.

II.- PLAN DIDÁCTICO

La asignatura Marketing Turístico tiene un contenido teórico-práctico. A lo largo de este curso se seguirá el siguiente método didáctico:

La **Teoría** se obtendrá a través del desarrollo y explicación de los temas y epígrafes del programa. Cada tema estará compuesto por: los apuntes facilitados por el profesor, el/los temas correspondientes de la bibliografía básica o

complementaria que se especificarán en cada caso y los artículos que le correspondan.

La **Práctica** permitirá al alumno la mejor comprensión de los contenidos teóricos y el acercamiento a la realidad. Se realizará siempre que el tema en concreto lo permita y consistirá en ejercicios práctico-numéricos, comentarios y aplicaciones de los conceptos de marketing sobre artículos, lecturas de revistas, periódicos y otros. Otras actividades posibles a realizar serán, estudios de mercado, realización de una campaña promocional, conferencias y otras actividades consideradas de interés.

III.- CRITERIO DE EVALUACIÓN

El proceso de evaluación estará formado por:

1.- La realización de ejercicios prácticos a lo largo del cuatrimestre, con una **puntuación máxima de 15%**, y que tendrán carácter voluntario.

2.- Un examen al final del cuatrimestre, que constará de las siguientes partes, en las cuales se especifica su valoración:

2.1.- Examen tipo test, con una o dos respuestas verdaderas, **30%**.

2.2.- De 2 a 4 preguntas cortas sobre los contenidos teóricos del programa.

Podrá contener un ejercicio práctico, que podrá consistir en un problema a resolver o el comentario de algún artículo de actualidad relacionado con la asignatura, **70%**.

Para aprobar el examen será necesario superar los mínimos exigidos tanto en la parte test (40%) como en las preguntas (no más de una pregunta en blanco). La nota final será el resultado de sumar el valor obtenido en las prácticas a la puntuación obtenida en el examen.

IV.- PROGRAMA

PARTE I: INTRODUCCIÓN AL MARKETING.

Tema 1. Marketing y Turismo

1.1.- Concepto de Marketing. Evolución

1.2.- La función comercial en la empresa turística

1.3.- Subfunciones del Marketing

1.4.- Implantación del Marketing en las empresas turísticas

PARTE II: ANÁLISIS COMERCIAL.

Tema 2. Análisis del mercado turístico y del comportamiento del cliente-turista.

2.1.- Mercado de Servicios

2.1.1.- Características de los servicios

2.1.2.- Marketing Mix de los servicios

2.1.3.- Estrategias del marketing de servicios

2.2.- Mercado turístico y su entorno

2.3.- Aspectos sobre el comportamiento del turista

2.4.- Fidelización

2.5.- Protección del consumidor y consumerismo

Tema 3. Investigación del mercado turístico.

3.1.- Concepto y objetivos

3.2.- Planificación y organización de la investigación en Turismo

3.3.- Obtención de información.

3.3.1.- Fuentes de información

3.3.2.- Técnicas para la obtención de información.

Tema 4. Segmentación del mercado turístico.

4.1.- Concepto y criterios de segmentación.

4.2.- Métodos de segmentación.

4.3.- Estrategias de segmentación.

PARTE III: ESTRATEGIAS DE MARKETING: EL MIX DE MARKETING EN TURISMO

Tema 5. El producto turístico.

5.1.- Concepto y características del producto turístico

5.2.- Diferenciación del producto. Política de Marcas en Turismo.

5.3.- Ciclo de vida del producto turístico.

5.4.- Decisiones sobre la cartera de productos.

5.5.- La Calidad en Turismo.

5.6.- Servucción.

Tema 6. El precio en Turismo.

6.1.- Concepto y condicionantes para la fijación de precios turísticos.

6.2.- Métodos de fijación de precios. Aplicación a los servicios.

6.3.- Estrategias de precios para los servicios.

Tema 7. Comunicación en Turismo.

7.1.- Concepto básicos. El Mix promocional.

7.2.- Instrumentos de comunicación

7.3.- Las nuevas tecnologías en la promoción turística.

Tema 8. La distribución turística.

8.1.- La distribución en servicios

8.2.- Estrategias de distribución en Turismo

8.3.- Canales de distribución directos e indirectos

8.4.- Las relaciones en el canal de distribución

8.5.- Las nuevas tecnologías aplicadas a la distribución turística.

8.6.- Otras modalidades de distribución turística.

PARTE IV: EL PLAN Y LA ACCIÓN DE MARKETING EN TURISMO

Tema 9. El plan de marketing.

9.1.- Concepto

9.2.- Fases o etapas de planificación de marketing

9.3.- Evaluación y control de estrategias: Marketing audit

V. -BIBLIOGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

- Acerenza, Miguel Angel (2006): "Marketing hotelero". Ed. Trillas
- Kotler, Ph; Bowen, J; Makens, J y otros. (2005): "Marketing para Turismo", 3ª edición, Prentice Hall. Madrid.
- Serra, A (2002): "Marketing turístico". ESIC, Ed. Pirámide

- Bigné, E; Font, X; Andrer, L. (2000): "Marketing de destinos turísticos. Análisis y estrategias de desarrollo". ESIC.
- Muñoz Oñate, F. (última edición): "Marketing turístico". Centro de Estudios Ramón Areces, S.A.
- Altes Machín, C. (1997): "Marketing y Turismo". Síntesis.
- Santesmases Mestre, M. (1995): "Marketing. Conceptos y estrategias". Pirámide. Madrid.

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

- Acerenza, Miguel Angel (2006): "Marketing en ferias turísticas". Ed. Trillas
- Martín Santana, J. y Beerli Palacio, A. (2004): "Cómo influyen las fuentes de información en la imagen percibida de los destinos turísticos".
- Ortega Martínez, E. (2003): "Investigación y estrategias turísticas". Paraninfo.
- Conde, E.; Bernal, M. y Carbonell, A. (2003): "El producto turístico visto como un conjunto de atributos".
- Hoffman, D; Bateson, J.E.G. y SHL Group, G.E.O. (2002): "Fundamentos de marketing de servicios. Conceptos, estrategias y casos". Paraninfo.
- Kotler, P/ Bowen, J/ Makens, J. (1997): "Mercadotecnia para Hotelaría y Turismo". Prentice Hall Hispanoamericana, S.A.
- Kotler, P. (1995): "Dirección de marketing". Prentice- Hall.



Asignatura	ECONOMÍA TURÍSTICA DE LA REGIÓN DE MURCIA
Código	04B2
Tipo	Obligatoria de primer curso
Duración	Cuatrimestral (4,5 créditos: 3 créditos teóricos y 1,5 créditos prácticos, 2º cuat.)
Profesora	Dña. Pilar López Pina.
Curso académico	2010/2011

ASIGNATURA SIN DOCENCIA

I.- OBJETIVO

Teniendo como base los concepto de la asignatura Introducción a la Economía del primer cuatrimestre, profundizar en la importancia del turismo en nuestra economía :

Conocer la situación actual del turismo, a nivel económico, de nuestro país y región, a través de las dos grandes fuerzas que conforman el producto turístico: la demanda y la oferta.

Analizar el modelo turístico nacional actual y los posibles desafíos hacia una mayor competitividad de éste.

Estudio del " arco mediterráneo" problemática y posible soluciones a nivel turístico.

Destacar la relación de dependencia existente entre el turismo y el medio ambiente, subrayando la importancia de un desarrollo turístico sostenible.

Analizar la calidad en el destino turístico, como la única herramienta de competitividad para nuestro turismo.

Analizar las distintas estadísticas relacionadas con el turismo, saber interpretar y sacar conclusiones de ellas.

II.- PLAN DIDÁCTICO

Los distintos temas del programa serán expuestos en clase por el profesor, explicando e interpretando los conceptos básicos y estableciendo las correspondientes interrelaciones con el fin de construir un conocimiento global.

Es imprescindible por parte del alumno una participación activa en clase y el trabajo continuado.

Paralelamente al desarrollo de los temas que constituyen el programa y como herramientas de trabajo se utilizarán datos estadísticos, textos y artículos de actualidad relacionados con la materia objeto de estudio que serán debatidos en clase.

La Escuela Universitaria de Turismo organizará conferencias relacionadas con las distintas asignaturas, el alumno tiene la obligación de asistir a aquellas conferencias que el profesor de la asignatura considere imprescindibles.

III.- CRITERIO DE EVALUACIÓN

La evaluación de los conocimientos adquiridos por el alumno, se realizará mediante:

Ejercicios prácticos hechos en clase, obligatorios presentar un 70%, serán puntuables con 0,1 cada uno.

Examen final, puntuable sobre 10 puntos, constará de:

Tipo test, valorado con 5 puntos. Penaliza dos mal quita una bien.

Preguntas de desarrollo, valorado en 3 puntos

Un ejercicio práctico, valorado con 2 puntos.

Importante: Si alguna de las partes se deja en blanco el examen estará suspenso.

IV.- PROGRAMA

Tema 1. Introducción a la Estadística.

- 1.1. Conceptos básicos de Estadística.
- 1.2. Recogida de datos.
- 1.3. Concepto de series estadísticas. Distribución de frecuencias.
- 1.4. Representación gráfica
- 1.5. Medidas de posición.

Tema 2. La Administración y el turismo

- 2.1. Organigrama de la Administración nacional y regional en relación a Turismo.
- 2.2. Funciones de las distintas administraciones.
- 2.3. Definiciones básicas de Turismo.

Tema 3. Demanda Turística

- 3.1. Estructura y características de la Demanda Turística nacional y regional.
- 3.2. Tipología de la Demanda Turística.
- 3.3. Análisis estadístico de la Demanda Turística.
- 3.4. Análisis de datos: Frontur , Familitur y Egatur.
- 3.5. Estudios regionales.

Tema 4. Oferta Turística.

- 4.1. Tipología de la Oferta Turística
- 4.2. Estadísticas de Oferta Turística.
- 4.3. Las distintas posibilidades turísticas en la Región de Murcia. Evolución y perspectivas.
 - 4.3.1. Turismo de Sol y Playa.
 - 4.3.2. Turismo Rural.
 - 4.3.3. Turismo Termal.(Salud)
 - 4.3.4. Turismo de Negocios y Congresos.
 - 4.3.5. Turismo Cultural
- 4.4. Planes de excelencia y dinamización turística.

Tema 5. Aspectos macroeconómicos del turismo.

- 5.1. Peso del Turismo en el PIB nacional y regional
- 5.2. Turismo y empleo.
- 5.3. Particularidades de la industria turística.
- 5.4. Turismo y Balanza de pagos.
 - 5.4.1. Estadísticas de los ingresos del sector turístico.
 - 5.4.2. Estadísticas de los pagos del sector turístico.
- 5.5. Las ventajas comparativas.
- 5.6. Los efectos del desarrollo del sector turístico.

Tema 6. Los modelos turísticos nacionales y regionales. Perspectivas económicas y territoriales.

- 6.1. Factores condicionantes del modelo Sol y Playa masivo.
 - 6.1.1. La " renta de situación " del Mediterráneo español.
 - 6.1.2. Instrumentación inmobiliaria del turismo.
 - 6.1.3. Diferentes configuración de modelos de oferta y su repercusión.
- 6.2. Los aspectos estructurales del turismo en España.

- 6.2.1. El turismo: una actividad estratégica de la economía española..
- 6.2.2. La problemática de la comercialización y la penetración de mercados.
- 6.2.3. El desequilibrio territorial y funcional en los productos turísticos españoles.
- 6.2.4. Los agentes sociales y la política turística o: el problema de la profesionalidad.
- 6.3. Una interpretación del modelo turístico.
 - 6.3.1. España, un país turísticamente ¿importante o avanzado?
 - 6.3.2. Una débil conciencia de la importancia económica de la actividad turística
- 6.4. Los desafíos de competitividad.
 - 6.4.1. Estrategia funcional.
 - 6.4.2. Estrategia estructural.
 - 6.4.3. Estrategia territorial y ambiental.

Tema 7. Turismo y Medio Ambiente: análisis económico.

- 7.1. Economía del medio ambiente.
 - 7.1.1. Las externalidades ambientales y su internalización.
 - 7.1.2. Los instrumentos de las políticas medioambientales.
- 7.2. Turismo, economía y medio ambiente.
 - 7.2..1 El impacto ambiental del turismo.
 - 7.2.2. Evaluación de los impactos ambientales.
 - 7.2.3. Estudio en la Región de Murcia. Legislación.

Tema 8. Calidad en Turismo.

- 8.1. Definición de calidad. .
 - 8.2. Factor fundamental para la competitividad
 - 8.3. Características específicas de la calidad en turismo.
- 8.4. Enfoques adoptados por los sistemas de calidad.
 - 8.4.1. Plan de calidad turística española
- 8.5. El destino turístico como producto de calidad.

V.- BIBLIOGRAFIA

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

- *“Cuadernos Murcia Turística”*. Consejería de Turismo, Comercio y Consumo.
- *“Informe Anual del Movimiento Turístico en Fronteras”* (FRONTUR).

- *"Movimientos turísticos de los españoles."*(FAMILITUR). Instituto de Estudios Turísticos.
- CALLEJO GALLEG0, J. *"Análisis empírico de la demanda turística"*, RA reces S.A (2003), Madrid.
- FERNANDEZ MORALES A. / LACOMBA ARIA. B. *"Estadística básica aplicada al sector turístico"* . Editorial Civitas. Madrid 1996".
- FIGUEROLA PALOMO, Manuel*"Introducción al estudio económico del turismo"* Al. Univ. 2000.
- OMT *"Desarrollo turístico sostenible: Guía para Administraciones Locales"*. OMT.1999

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

- *"Anuario Estadístico de la Región de Murcia"*. Dirección General de Economía y Planificación. Centro Regional de Estadística de Murcia.
- *"Avance Económico de la Región de Murcia"*. Consejería de Economía y Hacienda. Dirección General de Economía y Planificación.
- *"Congresos Universidad Empresa"* .Universidad Jaume I de Estudios Turístico.
- *"El Turismo en España"*. Instituto de Estudios Turísticos
- *"Infraestructura de la Región de Murcia"*. Consejería de Economía y Hacienda.
- BOSCH/ PUJOL/SERRA / VALLESPINOS *"Turismo y Medio Ambiente"* 1998.
- BRADLEY R. SCHILLER: *"Principios esenciales de Economía"*. Mc Graw Hill. Madrid 1995.
- BULL, Adrian *" La Economía del sector Turístico"*. Alianza Económica. Madrid 1994
- FIGUEROLA PALOMO, Manuel: *" Teoría económica del Turismo "*. Alianza Universidad Textos. Madrid, última edición disponible.
- JOHN TRIBE *" Economía del Ocio y del Turismo"* Editorial Síntesis 2.000
- LEONARD J. LICKORISH. *"Una introducción al turismo"* Editorial Sintesis2000.
- LODEIRO HERMIDA. M.J/ ARRANZ PEREZ .M *"Indic. estadísticos del sector turístico"* 1998
- REY GRAÑA, CARLOTA. *"Economía del turismo"*. Editorial AHG 1998

Asignatura	INFORMÁTICA TURÍSTICA
Código	05B0
Tipo	Obligatoria de primer curso
Duración	Cuatrimestral (6 créditos: 2 créditos teóricos y 4 créditos prácticos, 1^{er} cuat.)
Profesor	Dña. Carmen pilar Martínez Sánchez
Curso académico	2010/2011

ASIGNATURA SIN DOCENCIA

I.- OBJETIVO

Actualmente, los sistemas informáticos están presentes en todos los ámbitos profesionales por lo que su manejo y comprensión es fundamental para un desarrollo profesional progresivo. Por otro lado, la informática es un ámbito de conocimiento que tiende a ser cada vez más extenso y a su vez poco definido; por ello es preciso desarrollar los conocimientos específicos que completen la formación del alumno.

El objetivo de esta asignatura, por tanto, es dotar al alumno de los conocimientos suficientes de informática. Ofrecer al alumno una visión panorámica de la Informática, abordando a nivel elemental, pero con rigor, los fundamentos y principales campos de aplicación de esta ciencia. Se estudiarán cuestiones relacionadas con el funcionamiento y componentes del ordenador, representación interna de la información e interconexión entre ordenadores.

Dada la importancia de las nuevas tecnologías en la sociedad actual, y teniendo en cuenta que cualquier actividad a desarrollar por los alumnos va a tener relación, en mayor o menor medida, con conocimientos informáticos, tanto teóricos, como prácticos, la asignatura pretende conseguir que dichos alumnos manejen perfectamente el ordenador, y conozcan a su vez algunas aplicaciones estándar del mercado, así como las propias del sector turístico.

II.- PLAN DIDÁCTICO

Para conseguir el objetivo señalado se llevarán a cabo dos tipos de actividades principales:

Clases teóricas encaminadas a la explicación detallada del temario y de los ejercicios propuestos por el profesor de la asignatura. Se estudiarán:

Conceptos generales de informática. Arquitectura física de un sistema informático. Arquitectura lógica de un sistema informático. Introducción a las redes

de ordenadores. Introducción a INTERNET. Aplicación de la informática en el sector turístico.

Clases prácticas con el objetivo de que el alumno aprenda a manejar un ordenador más allá del nivel de usuario, y que sea capaz de utilizar algún mecanismo para resolver problemas sencillos. Permitirá al alumno:

Diseñar sus propios documentos, mediante el procesador de textos **“WORD”**. Trabajar con hojas de cálculo **“EXCEL”**. Poder crear sus propias bases de datos con **“ACCESS”**. Conocer y manejar la “red de redes” **INTERNET**.

Se dispone de 25 ordenadores, con sus correspondientes periféricos, y, en función del número de alumnos por curso, se establecerán grupos, lo más reducidos posible, con el fin de realizar los diferentes trabajos asignados cada día. La composición de estos grupos no variará durante el curso y se utilizará el mismo equipo, para así poder controlar el trabajo realizado a lo largo del año.

Teniendo en cuenta que el horario disponible para clases prácticas no es totalmente acorde con el volumen de materia que se ha de dar durante el curso, se pretende formar los grupos de tal modo que, como mínimo, uno de sus integrantes disponga de ordenador en casa, ya que nos vemos obligados, por las razones expuestas, a tener que realizar algunos trabajos fuera de clase y de horario lectivo.

III.- CRITERIO DE EVALUACION

Se valorará la correcta asimilación de los conceptos impartidos y, sobre todo, el dominio de las diferentes herramientas informáticas utilizadas en las clases prácticas. Para superar la asignatura será necesario aprobar por separado las pruebas realizadas tanto de la parte teórica como de la práctica.

Para la calificación final, se tendrán en cuenta los siguientes criterios:

- Trabajos realizados durante el cuatrimestre.- **La presentación de éstos (dentro de la fecha establecida para ello) será requisito IMPRESCINDIBLE** para que el alumno pueda ser evaluado.
- Exámenes que se realicen de cada una de las partes que comprende la materia (50% parte teórica y 50% parte práctica).

IV.- PROGRAMA

El **temario teórico** de la asignatura será el siguiente:

Tema 1.- Conceptos generales.

- 1.1. Introducción.
- 1.2. Datos e Información.
- 1.3. Evolución Histórica.

Tema 2.- Arquitectura Física o Hardware.

- 2.1. Esquema general del ordenador.
- 2.2. La Unidad Central de Proceso (C.P.U.).
- 2.3. Unidades de Entrada /Salida.
- 2.4. Periféricos.
- 2.5. Memoria. Tipos.

Tema 3: Arquitectura Lógica o Software.

- 3.1. Esquema básico del elemento lógico.
- 3.2. Archivos y Registros. Características.
- 3.3. Clasificación.
- 3.4. Software. Aplicaciones.
- 3.5. Software de Sistema.
- 3.6. Organización de los datos.
- 3.7. Sistemas operativos.

Tema 4.- Organización de datos.

- 4.1. Conceptos y definiciones.
- 4.2. Organización de archivos.
- 4.3. Conceptos de base de datos.
- 4.4. Diagramad de estructura de datos.
- 4.5. Tablas, relaciones y consultas.

Tema 5.- Redes de ordenadores.

- 5.1. Introducción.
- 5.2. Conceptos y definiciones.
- 5.3. Modos de transmisión.
- 5.4. Protocolos de comunicación.
- 5.5. Redes de transmisión de datos.
- 5.6. Elementos de una red local.
- 5.7. Internet.

Tema 6.- Sistemas informáticos aplicados al Sector Turístico.

- 6.1. Introducción.
- 6.2. Sistemas de reservas.
- 6.3. Sistemas de gestión hotelera
- 6.4. Sistemas de gestión de agencia de viajes.
- 6.5. Comercio electrónico.

Los **aspectos prácticos** que se impartirán en la asignatura se centraran en los siguientes ámbitos:

1. Manejo del ordenador a través del entorno WINDOWS.
2. Tratamiento de textos (WORD).
3. Hojas de cálculo (EXCEL).
4. Bases de Datos (ACCESS).
5. Programas específicos del sector turístico.

V.- BIBLIOGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

- “Informática aplicada al turismo”.A. GUEVARA, A. AGUAYO, J.L. CARO, I. GÓMEZ Y OTROS. Pirámide –Anaya Multimedia, 2003.
- “Introducción a la informática”. 3ª Edición. A. PRIETO. Mc Graw-Hill, 2002

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

- “Informática para profesionales del turismo”. E. Caso y Otros. Anaya Multimedia.
- “EXCEL Office 2003”. A. González... Thomson Paraninfo. 2005.
- “Access 2003”. Pérez Cota y Otros. McGraw Hill.
- “Word 2003”. Martos Rubio (Ed. Anaya Multimedia).



Asignatura	OPERACIONES Y PROCESOS DE PRODUCCION
Código	05B1
Tipo	Troncal de segundo curso.
Duración	Cuatrimestral I (6 créditos: 4,5 créditos teóricos y 1,5 créditos prácticos, 2º cuat.)
Profesor	D. Enrique Hernández Armand.
Curso académico	2010/2011

ASIGNATURA SIN DOCENCIA

I.- OBJETIVOS

La asignatura se concibe como un conjunto de conocimientos detallados acerca del mercado turístico, analizando todos los agentes que intervienen en el sector (Administración, asociaciones, empresas y profesionales), explicando no sólo cada uno de ellos y su intervención en este mercado, sino también las relaciones existentes entre ellos. De tal modo que se analizan los distribuidores y mediadores, los transportes y los alojamientos y la restauración.

Prende ser una continuación a la "parte general" que ya se explicó en primer curso (Estructura de Mercados) y tiene como fin la puesta en práctica de los conocimientos genéricos de que ya dispone el alumno a aspectos concretos del Turismo.

II.-PLAN DIDÁCTICO

Partiendo de un texto, el profesor explicará cada uno de los temas señalados en el programa, complementándolos con casos prácticos, fotocopias, estadísticas, documentación real (billetes, bonos de agencia, etc.), así como noticias de prensa y legislación. Se prestará especial atención a las prácticas en materia de precios de viajes combinados y a la consulta de páginas Web de determinadas empresas cuyo conocimiento se estima imprescindible, así como el estudio vía Internet de las denominadas agencias virtuales.

III.- SISTEMA DE EVALUACIÓN

Para determinar la aptitud del alumno, se realizará un único examen final de tipo mixto, en el que se combinarán test, preguntas de desarrollo y ejercicios prácticos, con un valor del 50% y del 40% respectivamente cada una de las dos primeras partes y 10% la tercera.

Además, a fin de animar al alumno al estudio y facilitar la superación de la asignatura, hacia mediados del cuatrimestre podrá realizarse un examen parcial, voluntario, cuya superación otorgará al alumno hasta un máximo de un punto que se sumará a la nota obtenida en el examen final.

IV.- PROGRAMA

TEMA 1. LAS AGENCIAS DE VIAJE

- 1.1. Concepto y evolución
- 1.2. Clasificación de las AAVV
- 1.3. Regulación legal de las AAVV en España
- 1.4. Actividades de las AAVV
- 1.5. Asociaciones de Agencias de Viaje
- 1.6. Integración de AAVV y TTOO
- 1.7. El Sector de las AAVV en España

TEMA 2. EL MAYORISMO Y LOS VIAJES COMBINADOS I

- 2.1. Las actividades de las AAVV mayoristas
- 2.2. Concepto y clases de viajes combinados
- 2.3. Criterios de lanzamiento de los paquetes a la oferta
- 2.4. El proceso de elaboración de los viajes combinados a la oferta
- 2.5. Los foros de contratación: ferias de turismo y workshops

TEMA 3. EL MAYORISMO Y LOS VIAJES COMBINADOS II

- 3.1. La contratación con los proveedores
- 3.2. Contrataciones entre TTOO y Hoteles
- 3.3. Contrataciones entre TTOO y medios de transporte
- 3.4. Contrataciones entre TTOO y AAVV receptoras
- 3.5. Contrataciones entre TTOO y AAVV minoristas
- 3.6. La política de precios
- 3.7. Promoción y venta de los paquetes turísticos a la oferta

TEMA 4. LA MEDIACIÓN Y LA DISTRIBUCIÓN

- 4.1. La distribución de los productos turísticos
- 4.2. Las actividades de las AAVV minoristas
- 4.3. Relaciones de las minoristas con clientes y agentes turísticos

- 4.4. Brokers aéreos
- 4.5. Tour Brokers
- 4.6. Agentes Generales de Ventas
- 4.7. Sistemas informáticos de reservas
- 4.8. Centrales de Reserva y representación hotelera
- 4.9. Internet y distribución turística
- 4.10. Otras formas de distribución de servicios turísticos

TEMA 5. LA AVIACIÓN COMERCIAL

- 5.1. Evolución histórica
- 5.2. La regulación del transporte aéreo
- 5.3. Compañías aéreas
- 5.4. Tarifas
- 5.5. Operaciones de las compañías aéreas
- 5.6. Reservas, billetes y bonos
- 5.7. Aeropuertos y gestión aeroportuaria
- 5.8. El overbooking en la aviación comercial y los derechos del pasajero
- 5.9. La industria de los fabricantes de aeronaves

TEMA 6. TRANSPORTE TERRESTRE Y MARÍTIMO

- 6.1. El transporte ferroviario
- 6.2. El transporte por carretera
- 6.3. Transporte marítimo y fluvial

TEMA 7. ALOJAMIENTOS Y RESTAURACIÓN

- 7.1. Modalidades de alojamientos
- 7.2. Estructuras de gestión de los hoteles
- 7.3. La comercialización hotelera
- 7.4. Organización del hotel
- 7.5. Los sistemas informáticos de gestión hotelera
- 7.6. Restauración tradicional y catering

TEMA 8. EL SISTEMA DE TIMESHARING O TIEMPO COMPARTIDO

- 8.1. Introducción
- 8.2. Evolución histórica
- 8.3. El timeshare en cifras

- 8.4. Los agentes del tiempo compartido
- 8.5. El papel del intercambio
- 8.6. El producto de tiempo compartido
- 8.7. El Timesharing en el sector hotelero
- 8.8. Los sistemas de puntos
- 8.9. La comercialización
- 8.10. Sistemas legales
- 8.11. Asociacionismo empresarial

V.- BIBLIOGRAFÍA

Se utilizará como **libro de texto**:

- Vogeler Ruiz Y Hernández Armand: "El mercado Turístico. Estructura, operaciones y procesos de producción". Editorial CERA. Madrid 2000. Temas 9 al 15.

Además y como **libros de apoyo y consulta**:

- Muñoz Oñate, F: "Marketing turístico". Ed. Cera. Madrid, 1994
- De Rus, Ginés: "Economía y Política del transporte. España y Europa". Civitas. Madrid 1992
- Cárdenas Tabares, F: "Comercialización del Turismo" Trillas. Méjico
- Fernández Fúster, Luis: "Introducción a la teoría y técnica del turismo" Alianza Universidad Textos. Madrid.



Asignatura	PATRIMONIO CULTURAL
Código	05B2
Tipo	Troncal de segundo curso.
Duración	Cuatrimestral (6 créditos: 3 créditos teóricos y 3 créditos prácticos, 2º cuat.)
Profesora	Dña. Herminia Marín Castillo
Curso académico	2010/2011

ASIGNATURA SIN DOCENCIA

I.- OBJETIVOS

El principal objetivo de esta asignatura es que el alumno llegue a valorar el patrimonio artístico y cultural como uno de los principales recursos turísticos, recurso que hasta hace poco se ha considerado como un complemento al turismo rey “sol y playa”, pero que se está convirtiendo en una opción turística de primer orden debido a la saturación y, en algunos casos obsolescencia, de las zonas turísticas de sol y playa. El turismo cultural realizado sobre lugares históricos y monumentos se perfila como la alternativa más importante ya que su práctica no está sujeta a climatología, a períodos largos de vacaciones y puede realizarse en distancias más largas o más cortas según se quiera. Se pretende que los futuros diplomados y profesionales del Turismo conozcan el Patrimonio Cultural como legado y muestra de las distintas manifestaciones humanas, tanto en lo que conocemos como cultura y bienes “materiales” y cultura y bienes “inmateriales”. Habida cuenta que las manifestaciones culturales tanto monumentales, folklóricas, ambientales, paisajísticas, es decir, todo lo que el hombre ha hecho y su entorno constituyen, por sí solos o en conjunto, la base turística más sólida de muchos países y de innumerables ciudades.

II.- PLAN DIDÁCTICO

La parte teórica de la asignatura se desarrollará con la explicación en clase de los temas por parte de la profesora, apoyando dicha explicación con medios audiovisuales en aquellos casos que sea necesario y sirva de complemento al tema.

La parte práctica consistirá en:

- La realización, en grupo, de un trabajo sobre un elemento del patrimonio cultural que será expuesto en clase y del que se valorará tanto el contenido como los medios técnicos utilizados para dicha exposición.

- Asistencia obligatoria a las clases de introducción a la Historia del Arte. Los primeros días de clase se expondrá el programa a seguir y se realizará el horario de esta práctica. La evaluación será un examen práctico de comentario de diapositivas.

Ambas prácticas son obligatorias para acceder al examen final.

III.- SISTEMA DE EVALUACIÓN

La evaluación de los conocimientos adquiridos por los alumnos se realizará sobre los distintos trabajos prácticos y exámenes que se realicen durante el cuatrimestre y un examen final en junio. La calificación final será la suma de las distintas notas que el alumno vaya consiguiendo en función de los siguientes porcentajes:

Examen tipo test sobre los primeros cuatro temas (10%), con enunciados para responder verdadero o falso y penalización 2x1

Prácticas: 20% repartido entre la nota de exposición del trabajo (10%) y el examen del Historia del Arte (10%).

Examen final (70%) La nota mínima de este examen debe ser un 4 para poder sumar el parcial y las prácticas

IV. -PROGRAMA

Tema 1. El Patrimonio Cultural

- 1.1. Concepto de patrimonio. Patrimonio cultural. Patrimonio etnológico. Patrimonio de la Humanidad
- 1.2. Patrimonio histórico-artístico y bienes culturales
- 1.3. El turismo cultural
- 1.4. El patrimonio cultural como recurso turístico
- 1.5. Estrategias para la puesta en uso turístico del patrimonio
- 1.6. Los espacios temáticos patrimoniales

Tema 2. La Ciudad Histórica

- 2.1. La ciudad histórica como recurso turístico. Problemas de funcionalidad
- 2.2. Oportunidades y riesgos del turismo en los centros históricos. Los flujos turísticos y la capacidad de carga
- 2.3. Turismo y desarrollo sostenible en las ciudades históricas
- 2.4. Ciudades Patrimonio de la Humanidad

2.5. La ciudad post industrial. La rehabilitación y el uso del patrimonio histórico industrial

Tema 3. El Museo

3.1. Concepto de museo

3.2. Historia y evolución del museo

3.3. Tipologías museísticas

3.3.1. Tipos de museos según su contenido

3.3.2. Tipos de museos según titularidad y gestión

3.4. Museos de la Región de Murcia

Tema 4. Patrimonio arquitectónico religioso

4.1. La catedral

4.1.1. Épocas artísticas

4.1.2. Las grandes catedrales europeas y españolas

4.1.3. La catedral de Murcia

4.2. El monasterio

4.2.1. Épocas artísticas

4.2.2. Monasterios españoles

4.2.3. Monasterios de la Región de Murcia

4.3. Ermitas y Santuarios

Tema 5. Patrimonio arquitectónico civil

5.1. Arquitectura militar. Castillos de España

5.2. Castillos de la Región de Murcia

5.3. La arquitectura popular española

5.4. Otras arquitecturas: molinos, pozos de nieve, etc.

5.5. Patrimonio arqueológico. Principales yacimientos arqueológicos de España

5.6. Yacimientos arqueológicos de la Región de Murcia

Tema 6. Artesanía

6.1. Concepto de artesanía: su importancia socioeconómica

6.2. De la Edad Media a la Revolución Industrial: esplendor y ocaso de la artesanía

6.3. Del producto artesano al *souvenir* turístico

6.4. La cerámica y alfarería españolas. Cerámica y alfarería en la Región de Murcia

6.5. La artesanía en madera. Artesanía en madera en la Región de Murcia

- 6.6. Artesanía textil. Bordados. Artesanía textil y bordados en la Región de Murcia
- 6.7. La cestería y la artesanía con fibras vegetales. La cestería y la artesanía con fibras vegetales en la Región de Murcia
- 6.8. La piel. Artesanía en piel en la Región de Murcia
- 6.9. La forja y el metal. Artesanía en forja y metal en la Región de Murcia
- 6.10. La joyería y el damasquinado
- 6.11. El trabajo en piedra
- 6.12. El vidrio. La artesanía del vidrio en la Región de Murcia
- 6.13. Los instrumentos musicales
- 6.14. Artesanía de las fiestas populares
- 6.15. Juguetes y muñecos
- 6.16. Otras artesanías

Tema 7. Gastronomía

- 7.1. Cultura gastronómica
- 7.2. La gastronomía española. Las rutas gastronómicas
- 7.3. Gastronomía de la Región de Murcia

Tema 8. La Cultura no material

- 8.1. Tradición oral; mitos, leyendas y cuentos
- 8.2. Ritos y fiestas
- 8.3. Ciclos festivos
- 8.4. Procesiones y cofradías
- 8.5. Fiestas en la Región de Murcia

V.- BIBLIOGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

- AZCARATE RISTORI, J. M. (1986) "*Historia del Arte*" Anaya. Madrid
- BALLART, J. (1997) "*El patrimonio histórico y arqueológico: valor y uso*". Ariel. Barcelona.

- CALLE VAQUERO, M. DE LA: (2002) *"La Ciudad histórica como destino turístico"*. Ed. Ariel Turismo. Barcelona.
- CAPEL (1997) *"La rehabilitación y el uso del patrimonio histórico industrial"*. Documentos de análisis geográfico nº 29. Servicio de publicaciones de la Universidad Autónoma de Barcelona.
- FIGUEROBA FIGUEROBA, A. y FERNÁNDEZ MADRID, M.T. 1999 *"Historia del Arte"* McGraw Hill. Madrid
- HERNANDEZ HERNANDEZ, F. (1994) *"Manual de museología"*. Síntesis. Madrid.
- LAORDEN, C. y MONTALVO, M. *"Artesanía en la sociedad actual"*. Colección Temas Clave. Aula Abierta de Salvat.
- MARTIN GONZÁLEZ, J.J. (1990) *"Historia del Arte"* 2 vols. Gredos. Madrid.
- MELGARES GUERRERO, J.A. *"Museos de la Región de Murcia"*. Ed. Consejería de Cultura, Educación y Turismo. Comunidad Autónoma de Murcia.
- NAVARRO SUAREZ, F.J. (1994) *"Castillos de Murcia"*. Ed. Lancia. León.
- PRATS, L. (1998) *"El concepto de patrimonio"*. Política y sociedad: 27: 63-76
- SÁNCHEZ, M.A. *"Fiestas de España"*. Colección Arte y Cultura. Turespaña. Secretaría General de Turismo.
- TROITIÑO VINUESA, M.A. (2000) *"Ciudades históricas, turismo y desarrollo sostenible"*. En Ciudades históricas, conservación y desarrollo. Colección Debates sobre arte. Ed. Fundación Argentaria.
- VERA, F. y DAVILA, M. (1995) *"Turismo y patrimonio histórico cultural"*. En Estudios Turístico nº 126. Ed. Secretaría General de Turismo.

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

- CARO BAROJA, J. (1979) *"La estación del amor"*. Taurus. Madrid.
- CARTA INTERNACIONAL SOBRE EL TURISMO CULTURAL. ICOMOS, Comité Científico Internacional de Turismo Cultural. Méjico 1999.
- DIAZ CASSOU, P. (1897) *"Pasionaria Murciana"*. Ed. Sucesores de Nogués. Murcia 1980.
- FLORES ARROYUELO, F. J. (1993) *"Murcia"*. Colección El viajero independiente. Ed. Júcar.

- GARCIA ATIENZA, J. (1997) "*Leyenda mágicas de España*". Ed. EDAF. Madrid.
- NIETO, S. y HERMIDA, J. (1994) "*Viajes esotéricos*". Ediciones Temas de Hoy. Madrid.
- VV. AA. "*Murcia, resumen de España*". Colección de fichas publicadas por el diario La Verdad en colaboración con CAM y CajaMurcia y la Secretaría General de la Presidencia de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia.
- VV.AA. "*Atlas Global de la Región de Murcia*" Edita La Verdad. Murcia 2007



Asignatura	ORGANIZACION Y GESTION DE EMPRESAS
Código	05B3
Tipo	Troncal de segundo curso.
Duración	Anual (9 créditos: 6 créditos teóricos y 3 créditos prácticos)
Profesores	Dña. Pilar López Pina Dña. Nieves Gil Corbalán
Curso académico	2010/2011

ASIGNATURA SIN DOCENCIA

I.- OBJETIVO

Este programa tiene por objeto aproximar al alumno a la realidad empresarial. Se trata de ofrecer desde la perspectiva de los principios teóricos y prácticos que sustentan toda unidad empresarial, una visión global del contenido de la Economía de la Empresa, teniendo en cuenta la influencia del entorno actual en las unidades organizativas, con especial atención a las empresas turísticas.

Dividimos la signatura en tres grandes bloques:

PRIMER BLOQUE Se recogen en ella los conceptos básicos de la economía de la empresa, como los de empresa, empresario y su adaptación al ámbito turístico. A partir de aquí, y entendiendo la empresa como un sistema integrado, centramos nuestro estudio en la interrelación del sistema empresarial con su ENTORNO, donde se analiza el sector y sus principales tendencias, y el análisis del funcionamiento interno del mismo a través del estudio de dos de sus subsistemas más importantes: OPERACIONES y FINANCIACION. Pretendemos dotar al alumno de una sólida formación empresarial que sirva de plataforma par profundizar, con suficientes garantías, en el estudio detallado de la Empresa Hotelera y de AAVV (Agencias de Viajes) que son objeto de estudio en asignaturas específicas a lo largo del tercer curso de carrera. No acometemos el estudio del Subsistema de Marketing y Comercialización por ser materia de estudio en primer curso en la asignatura troncal cuatrimestral "Marketing Turístico".

SEGUNDO BLOQUE Nos dedicamos al análisis de toda la problemática del Subsistema de Dirección y de la Administración Empresarial. Profundizamos en el estudio de la toma de decisiones, de la planificación, de la organización, de la función directiva y del control. Se persigue que el alumno comprenda la importancia de cada una de las funciones administrativas y de la interacción existente entre todas ellas: Dirección, Planificación, Organización, Recursos Humanos y Control.

TERCER BLOQUE arranca con el estudio de la gestión estratégica de la empresa turística como base de todo el proceso de gestión. Se pasa después al análisis de la gestión de los recursos humanos que es el elemento más importante en el trabajo y éxito de este tipo de empresas. Así mismo, se dedican los últimos capítulos al estudio de temas empresariales cada vez más relevantes para el futuro

de la gestión empresarial como son: gestión de la calidad y gestión medioambiental, y realizamos una aproximación a la gestión de la pequeña y mediana empresa y gestión de la empresa familiar dada la importancia de este tipo de empresas en el entramado empresarial turístico como elemento básico para la generación de empleo y de riqueza.

II.- PLAN DIDÁCTICO

Los distintos temas del programa serán expuestos en clase por el profesor, explicando e interpretando los conceptos básicos y estableciendo las correspondientes interrelaciones con el fin de construir un conocimiento global. Es imprescindible por parte del alumno una participación activa en clase y el trabajo continuado sobre los casos prácticos que se vayan planteando.

Paralelamente al desarrollo de los temas que constituyen el programa, y como herramientas de trabajo, se entregarán textos y artículos de actualidad relacionados con la materia objeto de estudio que serán debatidos en clase.

III.- CRITERIO DE EVALUACIÓN

La evaluación de los conocimientos adquiridos por el alumno se realizará mediante un examen final dentro del periodo establecido por la Universidad de Murcia. Para facilitar la comprensión y superación de la asignatura se realizará un examen parcial de la mitad del temario (tema 1 al 7 aproxim.) al finalizar el primer cuatrimestre. Los alumnos que superen el examen parcial sólo se examinarán en el examen final de junio del resto del programa (tema 8 a 15). Quien no supere el examen final de junio se examinará de toda la materia en septiembre.

El examen parcial consta de tres partes:

La **primera parte** consiste en la resolución de un cuestionario de preguntas tipo test sobre los temas teórico-prácticos (40-60 afirmaciones) con una penalización consistente en restar una respuesta correcta por cada dos incorrectas, representa un 30% de la puntuación total (3 puntos) siendo necesario alcanzar al menos un 40% de dicha puntuación para superar el examen. En la **segunda parte** el alumno debe contestar entre tres y seis preguntas cortas teóricas, representa el 40% de la puntuación total (4 puntos), siendo necesario alcanzar al menos un 40% dicho valor. La **tercera parte**: parte práctica, representa un 30% de la puntuación total (3 puntos).

Examen Final consta de dos partes:

La **primera parte** consiste en la resolución de un cuestionario de preguntas tipo test sobre los temas teórico-prácticos (50-60 afirmaciones) con una penalización consistente en restar una respuesta correcta por cada dos incorrectas, representa un 40% de la puntuación total (4 puntos) siendo necesario alcanzar al menos un 50% de dicha puntuación para superar el examen. En la **segunda parte** el alumno debe contestar entre tres y seis preguntas cortas teóricas de desarrollo, pudiendo incluir el análisis de un texto sobre alguno de los temas estudiados o ejercicios prácticos, representa el 60% de la puntuación total (6 puntos), siendo necesario alcanzar al menos un 50% dicho valor.

IV.- PROGRAMA

PRIMER BLOQUE. INTRODUCCIÓN

Tema 1.- CONCEPTO DE EMPRESA.

- 1.1. Breve introducción a la Administración de Empresas.
- 1.2. Definición de empresa.
- 1.3. Los elementos de la empresa.
- 1.4. Funciones de la empresa en la economía de mercado.
- 1.5. Concepto de empresario y espíritu empresarial.
- 1.6. Los objetivos de la empresa.
- 1.7. Clases de empresas.
- 1.8. Las empresas del sector turístico.
- 1.9. Particularidades de las empresas turísticas.

Tema 2.- LOS SUBSISTEMAS DE LA EMPRESA TURISTICA.

- 2.1. Concepto de sistema.
- 2.2. Sistema y subsistemas.
- 2.3. La empresa turística como sistema.
- 2.4. Los subsistemas en la empresa turística.
- 2.5. Subsistema de valores: responsabilidad social y ética de la empresa turística.
- 2.6. Casos prácticos.

Tema 3.- EL ENTORNO DE LA EMPRESA TURISTICA.

- 3.1. El concepto de entorno y tipos de entorno.
- 3.2. El entorno general de la empresa turística
- 3.3. El entorno específico de la empresa turística
- 3.4. Delimitación del sector turístico
- 3.5. Tendencias actuales en el sector turístico

Tema 4.- LAS OPERACIONES EN EL SERVICIO TURISTICO.

- 4.1. La gestión de la producción y de las operaciones.
- 4.2. La productividad en la prestación de los servicios turísticos.
- 4.3. Planificación de las operaciones en el turismo
- 4.4. Técnicas y herramientas de planificación y programación de operaciones.

Tema 5.- LA FINANCIACIÓN DE LA EMPRESA TURÍSTICA.

- 5.1. El Subsistema de financiación de la empresa turística
- 5.2. Los costes de la empresa
- 5.3. La inversión en la empresa turística.
- 5.4. Selección de inversiones en la empresa turística
- 5.5. Fuentes de financiación de la empresa turística.

SEGUNDO BLOQUE. ORGANIZACIÓN Y ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS.

Tema 6.- LA ADMINISTRACIÓN DE LA EMPRESA TURÍSTICA.

- 6.1. El Subsistema de dirección de la empresa turística
- 6.2. La administración de la empresa como proceso
- 6.3. El directivo de la empresa turística
- 6.4. La toma de decisiones en la empresa turística
- 6.5. Particularidades de la administración de empresas turísticas
- 6.6. Casos prácticos.

Tema 7.- PLANIFICACIÓN Y CONTROL EN LA EMPRESA TURÍSTICA

- 7.1. La importancia de la planificación en el sector turístico
- 7.2. Los objetivos de las empresas turísticas
- 7.3. Instrumentalización de la planificación
- 7.4. Concepto de control. Proceso y tipos de control
- 7.5. Herramientas de control en la empresa turística.

Tema 8.- DIRECCIÓN DE LA EMPRESA TURÍSTICA

- 8.1. Dirección de individuos y grupos en la empresa turística
- 8.2. Motivación de los empleados en la empresa turística
- 8.3. El liderazgo en la empresa turística
- 8.4. La comunicación interna en la empresa turística.

Tema 9.- FUNDAMENTOS DE ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS

- 9.1. Concepto de organización

- 9.2. Estructura organizativa de la empresa turística
- 9.3. Los mecanismos de coordinación
- 9.4. Partes de la organización de la empresa turística
- 9.5. Casos prácticos.

Tema 10.- EL DISEÑO ORGANIZATIVO EN LA EMPRESA TURÍSTICA

- 10.1. El diseño de los puestos de trabajo
- 10.2. El diseño de la estructura
- 10.3. El diseño de las conexiones
- 10.4. La descentralización en las organizaciones turísticas
- 10.5. El diseño de la organización turística y el entorno
- 10.6. Casos prácticos

TERCER BLOQUE. GESTION DE EMPRESAS TURISTICAS

Tema 11.- GESTIÓN ESTRATÉGICA DE LA EMPRESA TURÍSTICA

- 11.1. El concepto de estrategia en la empresa turística
- 11.2. Planificación estratégica y niveles de la estrategia
- 11.3. Decisiones estratégicas a nivel corporativo en la empresa turística
- 11.4. Decisiones estratégicas a nivel de negocio de la empresa turística
- 11.5. Las competencias y habilidades en la empresa turística
- 11.6. Casos prácticos.

Tema 12.- GESTIÓN DE RECURSOS HUMANOS EN EL SECTOR TURÍSTICO

- 12.1. Relevancia de los recursos humanos en el servicio turístico
- 12.2. El proceso de gestión de los recursos humanos
- 12.3. El reclutamiento del personal en la empresa turística
- 12.4. La selección y la integración del personal en la empresa turística
- 12.5. La formación en la empresa turística
- 12.6. La gestión de incentivos en la empresa turística: promoción y salarios
- 12.7. Casos prácticos.

Tema 13.- GESTIÓN DE LA CALIDAD EN EL SERVICIO TURÍSTICO

- 13.1. El concepto de calidad y el concepto de cliente
- 13.2. La calidad en el servicio turístico
- 13.3. Los costes de la calidad
- 13.4. Implantación de un sistema de calidad

- 13.5. Aspectos clave de un sistema de calidad
- 13.6. La certificación
- 13.7. La atención al cliente
- 13.8. El modelo SERVQUAL de medición y mejora de la calidad
- 13.9. Casos prácticos

Lectura: "Incorporación de la gestión de calidad en las empresas y los destinos turísticos". Víctor YEPES PIQUERAS, II Congreso Universidad Empresa. Ed. Tirant Lo Blanch, Valencia 1999.

Tema 14.- GESTIÓN MEDIOAMBIENTAL EN LA EMPRESA TURÍSTICA

- 14.1. Medio ambiente, desarrollo sostenible y turismo
- 14.2. El impacto medioambiental de la actividad turística
- 14.3. Razones para la gestión medioambiental de la empresa turística
- 14.4. Los costes medioambientales
- 14.5. La gestión medioambiental
- 14.6. Actitudes estratégicas frente al medio ambiente
- 14.7. Casos prácticos

Lectura: "Territorio y medio ambiente en el nuevo modelo del desarrollo turístico". Eugeni AGUILO, II Congreso Universidad Empresa. Ed. Tirant Lo Blanch, Valencia 1999.

Tema 15.- GESTIÓN DE LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA TURÍSTICA

- 15.1. Particularidades de la pequeña y mediana empresa turística
- 15.2. La cooperación en la pequeña y mediana empresa turística
- 15.3. Procesos de subcontratación en el sector turístico
- 15.4. La franquicia en el sector turístico
- 15.5. La empresa turística familiar

V.- BIBLIOGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

- CASANUEVA ROCHA, CRISTOBAL; GARCIA DEL JUNCO, J. ; CARO GONZALEZ, FR. JAVIER: "Organización y Gestión de Empresas Turísticas". Ed. Pirámide. Madrid Última edición disponible.
- MARTÍN ROJO, INMACULADA " Dirección y Gestión de empresas del sector turístico".. Ed. Pirámide.2004

- FIGUEROLA PALOMO, MANUEL: Economía para la gestión de las empresas turísticas: Organización y financiación. Ed. Centro de Estudios Ramón Areces. Madrid 1995.

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

- AHMED ISMAIL: "Operaciones y procesos hoteleros". Gestión del alojamiento. Ed. Paraninfo S.A., Thomson Learning, Madrid 2001.
- ARANDA HIPOLITO, ANGEL W: "Gestión Técnico económica de Hoteles". Ed. Centro de Estudios Ramón Areces. Madrid. Última edición disponible.
- ARROYO, A. M. y PRAT, M.: "Dirección financiera". Deusto. Bilbao.
- BAYON, F.; GARCIA ISA, I.: "Gestión de recursos humanos. Manual para técnicos en empresas turísticas". Ed. Síntesis, Madrid 1995.
- BUENO CAMPOS, E. -CRUZ ROCHE I.- DURAN HERRERA, JUAN J.: "Economía de la empresa: Análisis de las decisiones empresariales". Ed. Pirámide. Ed. disponible.
- CUERVO GARCIA, ALVARO: "Introducción a la administración de empresas". Ed. Civitas. Madrid 1996.
- DURAN HERRERA, J.J.: "Economía y dirección financiera de la empresa". Pirámide. Madrid
- PUIG-DURÁN FRESCO, JORGE:" Certificación y modelos de calidad en hostelería y restauración". Ed Díaz de Santos 2006
- MESTRES SOLER, JUAN R.: "Técnicas de Gestión y Dirección hotelera". Ed. Gestión 2000, S.A. Barcelona, 1995
- SUAREZ SUAREZ, A. S.: "Decisiones óptimas de inversión y financiación en la empresa". Ed. Pirámide, Madrid.
- VALLS JOSEP-FRANCESC: "Gestión de Empresas de Turismo y Ocio" Ed Gestión 2000.
- VOGELER RUIZ, CARLOS; HERNANDEZ ARMAND, E: "Estructura y Organización del mercado turístico". Centro de Estudios Ramón Areces, Madrid 1995.



Asignatura	DERECHO ADMINISTRATIVO TURISTICO
Código	05B4
Tipo	Obligatoria de segundo curso.
Duración	Cuatrimestral (6 créditos: 4,5 créditos teóricos y 1,5 créditos prácticos, 1^{er} cuat.)
Profesor	D. Luis Hernández Armand
Curso académico	2010/2011

ASIGNATURA SIN DOCENCIA

I.- OBJETIVO

La asignatura está estructurada en una doble vertiente: Por una parte se incluye una amplia introducción al Derecho Constitucional y al Administrativo General, materias imprescindibles para que el alumno pueda posteriormente comprender la legislación turística; y en segundo término el estudio detallado de todas las normativas estatales y autonómicas (con especial atención a la legislación de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia), relativas al sector turístico.

Entre las materias estatales de mayor relevancia, se presta una especial atención a la Ley reguladora de los viajes combinados, y a la regulación general de las Agencias de Viaje. En la normativa autonómica se estudiará más detalladamente la Ley del Turismo de la región de Murcia, de reciente promulgación, que va a condicionar las futuras reglamentaciones del sector.

II.- PLAN DIDACTICO

En cuanto al derecho Administrativo General se imparte bajo la forma de clases magistrales por estimarse el método más rápido para impartir las nociones básicas del Derecho Administrativo.

En cuanto a la legislación turística se seguirá un doble sistema: Mientras que algunos temas serán objeto de exposición magistral, otros serán expuestos de forma voluntaria por los alumnos, a fin de conseguir una mayor participación e interés en la materia. Al mismo tiempo y por parte de los alumnos se realizarán trabajos monográficos respecto de texto propuestos por el profesor así como de algunas empresas del sector en particular.

III.- CRITERIO DE EVALUACIÓN

La asignatura será evaluada en un único examen final de tipo objetivo que tendrá lugar al finalizar el cuatrimestre.

La parte práctica consistirá en la realización de un trabajo obligatorio sobre materias propuestas por el profesor, que deberán entregarse antes de la realización del examen final y que será condición sine qua non para aprobar el examen teórico.

IV.- PROGRAMA

Tema 1.- La constitución española: estructura y contenido; el poder legislativo; el poder judicial.

Tema 2.- La Administración pública: concepto y clases; el derecho administrativo: concepto y contenido; fuentes.

Tema 3.- La Administración central; órganos y competencias.- Administración periférica del Estado.

Tema 4.- La Administración autonómica.- órganos y competencias.- especial referencia a las competencias en materia de turismo.

Tema 5.- La Administración local: provincia y municipio.- otras entidades locales.- elementos y órganos de gobierno.- competencias.

Tema 6.- El acto administrativo.- el procedimiento administrativo.- los recursos administrativos.- especial consideración de la Ley de Régimen Jurídico de la Administración del Estado y del Procedimiento Administrativo Común.

Tema 7.- La Administración Central con competencias turísticas: el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio.

Tema 8.- Breve referencia a las primeras normas turísticas estatales.- situación actual en el reparto de competencias.- las leyes generales de turismo en las CCAA.

Tema 9.- Reglamentación de los establecimientos hoteleros.

Tema 10.- Reglamentación de los establecimientos extrahoteleros.

Tema 11.- Reglamentación de establecimientos de restauración.

Tema 12.- Las agencias de viaje.- especial referencia al viaje combinado.

Tema 13.- Las profesiones turísticas: el estatuto de directores.- informadores turísticos.

Tema 14.- Actuación inspectora y sancionadora.

V.- BIBLIOGRAFIA

- Dominguez Moliner F. "Derecho administrativo y legislación turística". Editorial Centro de estudios Ramón Areces. Madrid 1993.
- .- Bayon Marine F. "Biblioteca jurídica de turismo". Editorial Síntesis. Madrid 1992.
- .- Bogeler Ruiz C. y Hernandez Armand E. "Estructura y organización del mercado turístico" . Editorial Centro de estudios Ramón Areces. Madrid 1997.
- .- "Legislación Turística de la Región de Murcia!". Dirección General de Turismo. Murcia 1991.

Asignatura	INGLES EN HOSTELERIA
Código	05B7
Tipo	Obligatoria de segundo curso.
Duración	Anual (9 créditos: 6 créditos teóricos y 3 créditos prácticos)
Profesores	D. Rafael Rocamora Abellán D. Pablo Ros Pérez
Curso académico	2010/2011

ASIGNATURA SIN DOCENCIA

I.- OBJETIVO

Los estudiantes de turismo, tras haber superado la asignatura de Inglés de primer curso se encuentran en condiciones de enfrentarse por primera vez en su carrera con la modalidad de inglés con un fin específico: el inglés turístico.

Asimismo, van a consolidar estructuras y modelos que han sido tratados previamente mediante todo tipo de practica, tanto oral como escrita.

El principal objetivo de esta asignatura durante este curso es dotar a los alumnos de la practica suficiente para que puedan afrontar satisfactoriamente cualquier tipo de situación comunicativa en el medio laboral relacionado con la hostelería y las agencias de viaje y los servicios turísticos en general.

Conocimientos teóricos: El área de inglés de la Escuela Universitaria de Turismo se plantea le enseñanza del idioma desde un punto de vista ecléctico, es decir, apuntando hacia una integración de diversos métodos didácticos, confiriendo especial relevancia a la enseñanza/aprendizaje comunicativo y poniendo énfasis en los aspectos funcionales del lenguaje sin menospreciar la carga de contenidos gramaticales de la asignatura.

El objetivo funcional para la asignatura de inglés en este segundo curso es proveer al alumno con los requisitos comunicativos adecuados a este segundo curso para hacer frente a situaciones reales de uso de la lengua extranjera en condiciones óptimas de comunicación, siempre en relación con el mundo del turismo, y la hostelería.

Dado el carácter de esta asignatura, centrado en la hostelería y el mundo del turismo, otro objetivo será que el alumno se familiarice con un vocabulario específicamente turístico así como con las destrezas y habilidades gramaticales que le serán necesarias a la hora de llevar a cabo un proceso de comunicación exitoso en su carrera profesional.

Finalmente otro objetivo básico que nos proponemos conseguir en este segundo curso es el perfeccionamiento de las cuatro destrezas comunicativas básicas: Hablar, Escuchar, Leer y Escribir.

Conocimientos prácticos: Nuestros alumnos dispondrán de la posibilidad de realizar prácticas en empresas, tanto privadas como públicas, relacionadas con el sector turístico tales como agencias de viajes, hoteles, empresas de transporte, puntos de información turística, etc. lo que contribuirá a una formación mas profunda en el ámbito de esta asignatura. Es nuestra intención introducir en el aula el mundo profesional de la empresa y la actividad turística con materiales auténticos de forma que el alumno madure en el uso de estrategias comunicativas para su futuro laboral.

II- PLAN DIDÁCTICO

A lo largo de este segundo curso no se seguirá un solo método didáctico con el fin de utilizar lo mejor de los diversos métodos usados en la enseñanza del idioma.

Dentro de esta variedad metodológica podemos destacar los siguientes puntos:

-Lengua en uso: Puesto que la práctica totalidad de nuestros alumnos están familiarizados con el uso del idioma ingles, su empleo continuo en el aula se verá mínimamente reforzado por el castellano cuando sea absolutamente necesario.

El mayor tiempo posible de exposición a la segunda lengua repercutirá en una mayor capacidad comprensiva del alumno que se verá plasmada en el uso que haga de la lengua en su futura carrera.

Se espera la suficiente responsabilidad por parte del alumno para que, en la medida de lo posible, complete su formación, y más concretamente, su práctica del idioma no solamente en clase, sino también fuera de este entorno: Escuela de Idiomas, academias, intercambios lingüísticos, practica laborales adecuadas, estancias en el extranjero, etc.

-Explicación frontal: El peso específico de los contenidos gramaticales, al contrario que los culturales y funcionales, se verá reducido con respecto al curso anterior. Por lo tanto, durante las clases no habrá demasiado tiempo dedicado a la explicación gramatical frontal, sino que los propios alumnos extraerán sus conclusiones a partir de la práctica de situaciones eminentemente comunicativas.

- Trabajo individual: Se espera del alumno un esfuerzo individual en clase completado con un trabajo continuo en casa de manera que se practiquen las diferentes destrezas de aprendizaje de forma paralela a lo largo de la semana. En clase se hará un especial hincapié en las destrezas orales y auditivas, dejando para casa aquellas que necesitan una mayor reflexión, es decir la lectura y la escritura.

-Trabajo en grupo: Se espera que los alumnos participen en trabajos en grupo tanto en clase como fuera de ella con el fin de estimular tanto la colaboración como la práctica lingüística con otros.

III- CRITERIO DE EVALUACION

La evaluación de la asignatura consistirá en la valoración objetiva de las siguientes dos partes:

1.- EXAMEN

1.1.- Prueba Escrita: Consistirá en un examen de uso de la lengua, redacción, lectura y comprensión de un texto y una prueba de comprensión auditiva (ésta última con un valor de un 10% del total de la prueba escrita). Todas estas pruebas formarán parte del examen en todas las convocatorias (Febrero, Junio y Septiembre).

1.2.- Prueba Oral: A dicha prueba **sólo podrán acceder los alumnos que previamente hayan superado la prueba escrita con una nota igual o superior a 5.** Consistirá en una entrevista entre dos alumnos y el examinador en la cual los alumnos deberán demostrar sus habilidades orales por medio de ciertas situaciones que les serán dadas por el examinador y que reflejan aspectos reales del entorno laboral en sus futuras labores profesionales.

Ambas pruebas han de ser superadas **de manera independiente** con al menos una nota de 5 para conseguir el aprobado. **La nota media de ambas pruebas tendrá un valor parcial de 80% sobre la evaluación total.**

2.- TRABAJOS EN GRUPO

El **restante 20%** de la evaluación vendrá dado por la realización de trabajos en grupo realizados a lo largo del curso. Los trabajos consistirán en la utilización del idioma Inglés en el mundo turístico: descripciones de empresas turísticas, familiarizarse con la aplicación de las nuevas tecnologías de la información al mundo de la empresa turística, rutas turísticas guiadas por la ciudad o por la región, realización de folletos, informes sobre charlas, conferencias u otros eventos de interés relacionados con la asignatura, así como cualquier otra actividad relevante que sea susceptible de ser incluida en el programa dado su interés para el alumnado de esta asignatura. **La realización de estos trabajos será requisito imprescindible para que el alumno pueda ser evaluado en su totalidad tanto en Junio como Septiembre y Febrero.**

IV.- PROGRAMA

	TOPIC	LANGUAGE STUDY	PROFESSIONAL VOCABULARY	ACTIVITIES
1	Careers in tourism	Questions	Jobs	CV writing
2	Destinations	Presents simple/ continuous	Describing destinations	Presentations
3	Hotel facilities	Causative Have	Hotel facilities	Hotel description
4	Tour Operators	Present perfect / Past Simple	Package Holidays	Complaints
5	Dealing with guests	Articles	Misunderstanding s	Overbooking
6	Travel Agencies	The Future	Telephone language	Telephone booking
7	Hotel Reservations	Reported Speech	Conferences and Conventions	Messages
8	Seeing the sights	The Passive	Places of interest	Describing exhibitions
9	Getting around	Modal verbs	Checking in	Car hire
10	Eating out	Quantifiers	Food	Menus. Recipes
11	Traditions	Relative clauses	Traditions	Festival description
12	Special Interest tours	Conditionals	Special interest tours	Selling holidays

V.- BIBLIOGRAFIA

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

Libro de texto.

- Strutt, P. English for International Tourism. Intermediate Longman 2003

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTARIA

Libros de texto

- Harding, K. y Henderson, P. "High Season. English for the hotel and tourist industry". Oxford University Press. 1994
- Jacob, M. y Strutt, P. "English for International Tourism. Pre-Intermediate". Longman. 2003
- Jones, L. "Welcome!. English for the Travel and Tourism Industry". Cambridge University Press. 1998
- Mioduszewska, M. et al. "Checkpoint 1". Editorial Ramón Areces. 1994

Gramáticas

- Beaumont, D y Granger, C. "The Heinemann English Grammar". Heinemann. 1992
- Murphy, R. "English Grammar in Use". Cambridge University Press. 1994

Diccionario

- Alcaraz, E. et al. "Diccionario de Términos de Turismo y Ocio". Ariel. 2000



Asignatura	FRANCES HOSTELERIA
Código	05B5
Tipo	Obligatoria de segundo curso.
Duración	Anual (9 créditos: 6 créditos teóricos y 3 créditos prácticos)
Profesora	Dña. Concepción Bernal Fernández
Curso académico	2010/2011

ASIGNATURA SIN DOCENCIA

I.- OBJETIVO

El departamento de idiomas de la Escuela Universitaria de Turismo de Murcia, se plantea la enseñanza del idioma, en este segundo curso, desde un punto de vista práctico, es decir, confiriendo especial relevancia a la enseñanza-aprendizaje comunicativo, sin menospreciar la carga gramatical de la asignatura.

El objetivo funcional para el segundo curso es afianzar y desarrollar los requisitos comunicativos y funcionales adquiridos durante el año anterior.

El objetivo primordial de la asignatura, estará enfocado al futuro profesional de nuestros alumnos, es decir, al ámbito del mundo turístico e industrias afines, donde el dominio de la lengua extranjera es requisito indispensable. Nuestros alumnos dispondrán de la posibilidad de realizar practicas en empresas relacionadas con el sector turístico (agencias de viaje, hoteles, restaurantes, empresas de transporte...) que contribuirá a una formación más profunda del ámbito de la asignatura.

II.- PLAN DIDÁCTICO

A lo largo de este segundo curso se pretenden aglutinar varias metodologías capaces de incentivar al estudiante a una investigación individual y a una cooperación con el resto del curso que le haga comprender la importancia del trabajo en equipo, dentro de esta variedad podemos destacar los siguientes puntos:

Lengua de uso: Se intentará hablar en lengua francesa el mayor tiempo posible, teniendo en cuenta que serán necesarias algunas explicaciones en castellano.

Explicación confrontada: El peso específico del desarrollo del curso ya no será básicamente responsabilidad del profesor. Este método permitirá al alumno una mayor participación en la clase así como la aportación de iniciativas y la creación de métodos complementarios que harán que el alumno se integre con más eficacia a la dinámica del curso.

Trabajo individual: Se esperará una participación individual en clase por parte del alumnado así como ejercicios complementarios en casa (exposiciones sobre los temas comunicativos del programa, trabajos de síntesis sobre los ciclos de conferencias propuestos por la Escuela...).

Trabajos en grupo: Los alumnos deberían confeccionar y simular itinerarios turísticos dentro de la Región de Murcia, así como exposiciones relacionadas con la gastronomía y la hostelería, temas que se desarrollarán en la programación del curso.

III.- CRITERIO DE EVALUACIÓN

La asignatura, con carácter anual, se someterá a un examen final (junio) escrito y oral aunque no se descarta la posibilidad de realizar a lo largo del curso escolar, cuantos controles sean necesarios para el seguimiento de la materia. Al examen oral solamente pasarán los alumnos que hayan superado el examen escrito con la calificación de 5 como mínimo.

Las pruebas consistirán en un test gramatical, una composición, una comprensión escrita y/o auditiva, una traducción del español al francés o viceversa (esta lista es sólo a título indicativo, pudiendo ser modificada o ampliada bajo criterio del profesor).

Los alumnos deberán realizar, de forma individual o en grupo trabajos prácticos CON CARÁCTER OBLIGATORIO sobre los contenidos de la programación.

Valor de las pruebas: Examen escrito 40%, Examen oral 40%, Trabajos prácticos 20%.

N.B. Los trabajos prácticos serán valorados al final del curso según el criterio del profesor.

Se valorarán la asistencia a clase y la participación en la misma, como requisito indispensable para el control continuo del aprendizaje de la asignatura. Sin la parte práctica los alumnos deberán superar los exámenes oral y escrito con un 6'5.

IV.- PROGRAMA

Tema 1.- (semanas 1-4). Aspects touristiques et gastronomiques. La restauration . Les moyens de reglement.

Contenidos gramaticales: Revisión de los adjetivos y pronombres posesivos y demostrativos. Revisión del “passé composé” y “imparfait”. “Le plus-que- parfait”.

Tema 2.- (semanas 5-8). L’entreprise hôtelière: profession et activités. Situation de voyage: renseignements, reservations, annulations etc.

Contenidos gramaticales: “Présent progressif”, “futur proche”, “passé recent”. Le gerondif et le participe present.

Tema 3.- (semanas 9-12). Differents types de tourisme . Apercu de chacun des types.

Contenidos gramaticales: Revisión de los pronombres complemento directo, indirecto. Los pronombres adverbiales “en “ e “y”.

Tema 4.- (semanas 13-15). Le logement touristique: formules de logement. Mobilier et objets de décoration dans la chambre d’Hôtel.

Contenidos gramaticales: “Le discours rapporté” Discurso directo- indirecto en presente y en pasado. La localización en el tiempo: adverbios y conjunciones temporales.

Tema 5.- (semanas 16-18). Les fêtes, traditions et coutumes comme attrait touristique.

Contenidos gramaticales: Comparativos y superlativos. La frase comparativa: principales conjunciones comparativas.

Tema 6.- (semanas 19-21). Le transport et les moyens de transport dans le tourisme et l’hôtellerie.

Contenidos gramaticales: Revisión del futuro simple. Futuro anterior. El condicional presente y el condicional pasado. La expresión del consejo, deseo y lamento: el “si” condicional.

Tema 7.- (semanas 22-26). La correspondance à l’hôtel. Redaction de lettres et formules de politesse.

Contenidos gramaticales: La frase relativa: la forma y uso de los pronombres relativos simples y compuestos.

Tema 8.- (semanas 27-30): L’accueil à l’hôtel. Profil d’un receptionnaire et des clients.

Contenidos gramaticales: El subjuntivo presente y el subjuntivo pasado: principales conjunciones subjuntivas.

V.- BIBLIOGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA BASICA

- “L’hôtel. Théorie et pratique”. M. T. Audoux. Ed. L.T. Jacques Lanore.2000
- “Les métiers du tourisme”. Cours de français. Odile Chantelauve, Sophie Corbeau, Hachette. 1991.

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

- “Exercices de grammaire”. Cours de civilisation française. Hachette.
- “Où est votre français?. Pratique des langues étrangères. Collection dirigé par Robert Galisson. Clé International.
- “Grammaire progressive du français”. Maïa Grégorie et Odile Thiévenaz. Clé International.
- “Vocabulaire progressif du français”. Claire Leroy-Miquel et Anne Goliot-Lété. Clé International.

Grammaire “Le français au présent”. Annie Monnerie. Didier/Hatier.

Dictionnaire “Diccionario moderno Francés-Español, Español-Francés” García Pelayo y J. Testas. Larousse.



Asignatura	ALEMÁN HOSTELERÍA
Código	05B6
Tipo	Obligatoria de segundo curso.
Duración	Anual (9 créditos: 6 créditos teóricos y 3 créditos prácticos.)
Profesor	D. Evaristo Martínez Belchí.
Curso académico	2010/2011

ASIGNATURA SIN DOCENCIA

I.- OBJETIVO

La asignatura de Alemán Hostelería de 2º Curso de la Diplomatura de Turismo pretende dar respuesta a la gran importancia que el idioma alemán tiene en el sector hotelero español. Sin renunciar a transmitir conocimientos gramaticales y de contenido generales, esta asignatura se centra decididamente en la docencia del idioma para fines específicos, en este caso para hostelería, abarcando todas las tareas del sector hotelero. El enfoque de la asignatura estará dirigido a esa praxis y tendrá un carácter eminentemente comunicativo. En ella pretendemos que el alumno adquiera la competencia comunicativa suficiente para desenvolverse en situaciones derivadas de su actividad profesional. Por otra parte, tampoco podemos olvidar que la enseñanza a nivel universitario ha de ser una formación integral, en la que la finalidad práctica no nos puede hacer olvidar el aspecto teórico de reflexión sobre la lengua y conocimiento filológico de la misma.

II.- PLAN DIDÁCTICO

Teniendo en cuenta las anteriores reflexiones, continuaremos en este curso con la adquisición de las estructuras morfosintácticas iniciada en el primer curso así como el afianzamiento y ampliación de su acervo léxico, que en este curso será ya netamente específico del sector de la hostelería. Se hará énfasis en que la adquisición de los conocimientos morfosintácticos tenga lugar dentro del contexto de las situaciones profesionales a continuación descritas, en las cuales, con un vocabulario propio de su nivel, el alumno pueda ejercitar y desarrollar las capacidades productivas y receptoras del idioma. Asimismo haremos hincapié en que el alumno, además del aspecto puramente comunicativo, comprenda la importancia del aspecto morfosintácticos dentro del aprendizaje del alemán, y de que su conocimiento es un aspecto básico en el que se basa toda producción comunicativa.

III.- CRITERIO DE EVALUACIÓN

El examen final constará de una prueba escrita y una oral. Sólo los alumnos que hayan obtenido una puntuación igual o superior al 40% de la prueba escrita podrán presentarse a la prueba oral. La prueba escrita consistirá en un test gramatical, y diferentes actividades de comprensión y expresión escrita. El alumno deberá

alcanzar un mínimo del 50% de la puntuación de las pruebas oral y escrita para superar la asignatura.

IV. PROGRAMA

I.- Áreas temáticas (A) y funciones de comunicación (B).

Tema 1. A. Comida y bebida.

B. Expresar preferencias relativas a los alimentos.

Tema 2. A. Ropa y climatología.

B. Comprender y expresar informaciones referidas al tiempo y la ropa.

Tema 3. A. La salud.

B. Comprender y expresar informaciones referidas a la salud.

Tema 4. A. La recepción. El registro de clientes

B. Recibir y registrar a los clientes en la recepción.

Tema 5. A. Informaciones generales al cliente.

B. Suministrar información a posibles clientes.

Tema 6. A. Características del hotel y realización de reservas.

B. Describir el hotel y hacer reservas.

Tema 7. A. Servicios del hotel y reclamaciones.

B. Suministrar informaciones sobre servicios del hotel, reclamaciones.

II.- Contenidos gramaticales.

Comparativo y superlativo. Verbos reflexivos. Pronombres personales en acusativo y dativo. El imperativo. El genitivo. La declinación del adjetivo. Preposiciones. Oraciones subordinadas con weil y dass.

V.- BIBLIOGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA BASICA

- Barberis/Bruno, E: Deutsch im Hotel 1. Gespräche führen. Max Hueber. Verlag, Ismaning 2000.
- Barberis/Bruno, E: Deutsch im Hotel 1. Korrespondenz. Max Hueber. Verlag, Ismaning 2000.
- Cohen/Osterloh: Herzlich willkommen. Langenscheidt, Berlin 1996.
- Cohen, Ulrike: Zimmer frei. Langenscheidt, Berlin 2000.

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

Gramáticas:

- Reimann, Monika: Gramática esencial del alemán con ejercicios, Hueber-Verlag, Ismaning, 1999.
- <http://www.nthuleen.com/teach/grammar.html>

Diccionarios:

- Langenscheidt: Diccionario moderno alemán- español / español-alemán, Berlin, 1989.
- Klett: Thematischer Grund- und Aufbauwortschatz, Stuttgart 1991.



Asignatura	CONTABILIDAD DE COSTES PARA EMPRESAS TURISTICAS
Código	05B8
Tipo	Obligatoria de segundo curso.
Duración	Cuatrimestral (6 créditos: 4,5 créditos teóricos y 1,5 créditos prácticos.)
Profesor	D. Alberto López Pina
Curso académico	2010/2011

ASIGNATURA SIN DOCENCIA

I.- OBJETIVO

Hoy nadie tiene duda del importante papel que juega la Contabilidad dentro del contexto informativo empresarial. Concebida como un sistema de información para la gestión, la Contabilidad está llamada a ayudar a encontrar respuesta a un gran número de interrogantes que se le presentan al empresario en su tarea cotidiana de tomar decisiones. La Contabilidad Financiera o General se ocupa, sobre todo, de dar información a las terceras personas interesadas, por unas u otras razones, en la marcha de la empresa. La Contabilidad General tiene muchas limitaciones como sistema único de información para la gestión.

Así, hay magnitudes tan significativas a la hora de adoptar decisiones como el coste de los distintos productos que la empresa fabrica, la rentabilidad de cada uno de ellos, la rentabilidad de las diferentes partes en que podemos dividir la empresa, el rendimiento de la mano de obra empleada, sobre las que no informa la Contabilidad General. Esta "información diferente" y vital para la adopción de decisiones empresariales constituye el objetivo de la Contabilidad Analítica.

Es preciso que el alumno entienda la necesidad y el papel de la Contabilidad Analítica en la empresa como sistema de control de los distintos costes que intervienen en la obtención de un determinado producto o servicio, y por lo tanto, fuente de información fundamental para la toma de decisiones.

Para ello será necesario:

- a- Perfecto conocimiento de los conceptos fundamentales de la contabilidad analítica.
- b- Formación básica en materia de cálculo de costes, márgenes y resultados.
- c- Conocer el funcionamiento de los principales modelos de contabilidad de costes, con sus características y sus limitaciones.

d- Demostrar que la contabilidad de costes y la presupuestaria son instrumentos de gestión útiles y accesibles para cualquier gestor de empresas.

II.- PLAN DIDÁCTICO

Los distintos temas del programa serán expuestos en clase por el profesor, explicando e interpretando los conceptos básicos y estableciendo las correspondientes interrelaciones con el fin de construir un conocimiento global. Es imprescindible por parte del alumno una participación activa en clase y el trabajo continuado sobre los supuestos prácticos que se vayan planteando.

En el desarrollo del programa distinguimos dos partes:

1º.- Esta primera parte tiene por objeto introducir al alumno en la disciplina objeto de estudio, acotando y centrando nuestra atención en el área que constituye el eje central de nuestra asignatura: la Contabilidad de Costes.

Estudiamos el papel que debe cubrir la Contabilidad Analítica dentro del esquema de la Contabilidad de Gestión de la Empresa, definimos los conceptos técnicos y económicos básicos y revisamos los tipos de costes que intervienen en la actividad productiva de la empresa, y en concreto, de las empresas turísticas. Así mismo, se estudian los modelos de contabilidad de costes básicos.

2º.- En la segunda parte se expone un modelo específico para el cálculo de costes y de contabilidad presupuestaria en el ámbito de las principales empresas turísticas: hoteles, agencias de viaje y cámpings, haciendo referencia a los restaurantes en cuanto a integrantes de hoteles y cámpings.

III.- CRITERIO DE EVALUACIÓN

La evaluación de los conocimientos adquiridos por el alumno, se realizará mediante un examen al finalizar el primer cuatrimestre, dentro de las fechas establecidas por la Escuela.

El examen consta de tres partes: La **primera parte** consiste en la resolución de un cuestionario de preguntas tipo test sobre los temas teóricos-prácticos (50-60 afirmaciones) con una penalización consistente en restar una respuesta correcta por cada dos incorrectas, representa un 25% de la puntuación total siendo necesario alcanzar al menos un 40% de dicha puntuación para superar el examen. La **segunda parte** será un ejercicio práctico sobre los temas objeto de estudio, supondrá el 50% de la puntuación total, siendo necesario también alcanzar al menos un 50% de dicho valor. En la **tercera parte** el alumno debe contestar entre tres y cinco preguntas cortas teóricas de desarrollo, representa el 25% de la puntuación total, siendo necesario alcanzar al menos una 40% dicho valor.

La asistencia, participación y el interés por la materia se tendrán en cuenta en la nota final de la asignatura.

IV.- PROGRAMA

PRIMERA PARTE. INTRODUCCIÓN Y PRINCIPALES MODELOS DE CONTABILIDAD DE COSTES

Tema 1. Conceptos generales.

- 1.1. Definición de la Contabilidad Analítica.
- 1.2. La Contabilidad Financiera Versus Contabilidad Analítica.
- 1.3. Objetivos de la Contabilidad Analítica.
- 1.4. Cómo y cuándo desarrollar un sistema de Contabilidad de Costes.
- 1.5. Características básicas de la Contabilidad de Costes.
- 1.6. Condiciones que debe cumplir una Contabilidad de costes eficiente.
- 1.7. Utilidades de la Contabilidad Analítica en la empresa turística.

Tema 2. Los costes en la empresa.

- 2.1. Definición del Coste.
- 2.2. Clasificación de los Costes en las empresas turísticas.
- 2.3. Sistemas de Costes.
- 2.4. Comportamiento de los Costes.

Tema 3. Los centros de coste.

- 3.1. Definición y características de los centros de coste.
- 3.2. Criterios para la creación de centros de coste.
- 3.3. Imputación de los costes.
- 3.4. Procedencia de los costes.
- 3.5. Criterios de imputación.
- 3.6. Componentes del coste.
- 3.7. Coste de la Materia Prima. Problemática específica de las empresas turísticas.
- 3.8. Coste de mano de Obra. Problemática específica de las empresas turísticas.
- 3.9. Costes Indirectos y Generales de Fabricación (GGF). Problemática específica de las empresas turísticas.

Tema 4. Plan General Contable Español. GRUPO 9

- 4.1. Introducción al PGC.

- 4.2. Detalle de su proceso contable.
- 4.3. Ejercicio de aplicación en el ámbito de una empresa turística.

Tema 5. Modelo de contabilidad de costes por secciones.

- 5.1. Definición y características.
- 5.2. Las unidades de obra.
- 5.3. Costes directos, semidirectos e indirectos en relación con las secciones.
- 5.4. Relaciones entre secciones.
- 5.5. Reparto de costes indirectos entre las secciones.
- 5.6. Supuestos prácticos aplicados a empresas turísticas.

Tema 6. Modelo Direct-Costing

- 6.1. Origen y definición del Direct Costing.
- 6.2. Técnica del direct costing.
- 6.3. Criterios de aplicación y utilización del Direct Costing.
- 6.4. Comparación crítica del Direct Costing.

Tema 7. Otros modelos de contabilidad de costes.

- 7.1. Costes por OOFF.
 - 7.1.1. Concepto de orden de fabricación.
 - 7.1.2. Asignación de costes a las órdenes de fabricación.
 - 7.1.3. Supuestos prácticos aplicados a empresas turísticas.
- 7.2. Costes por procesos continuos.
 - 7.2.1. Definición de Proceso.
 - 7.2.2. Cálculo del coste del proceso.
 - 7.2.3. Supuestos prácticos aplicados a empresas turísticas.

SEGUNDA PARTE. DESARROLLO DE UN MODELO ESPECÍFICO PARA LAS EMPRESAS TURÍSTICAS.

Tema 8. Introducción.

- 8.1. Desglose de la empresa turística en sus principales departamentos o áreas de negocio.
- 8.2. Distribución de los ingresos del ejercicio a cada uno de los departamentos.
- 8.3. Reparto de los costes asignables.
- 8.4. Reparto de los costes no asignables.
- 8.5. En función de criterios subjetivos.

- 8.6. Metodo de secciones homogéneas.
- 8.7. Determinación del punto muerto o umbral de rentabilidad.
- 8.8. Ejercicio de aplicación.

Tema 9. Aplicación del modelo propuesto: Servicio de Restauración.

- 9.1. Particularidades.
- 9.2. Cálculo de los costes asignables.
- 9.3. Valoración del consumo.
- 9.4. Determinación de la cantidad de materia prima a emplear: hojas técnicas.
- 9.5. Determinación del precio de venta de un plato.
- 9.6. Clasificación de los platos y diseño de estrategias.
- 9.7. Determinación del margen de rentabilidad de un plato.
- 9.8. Determinación del índice de popularidad de un plato.
- 9.9. Elaboración e interpretación de un cuadro de doble entrada.
- 9.10. Cálculo de costes no asignables.

Tema 10. Aplicación del modelo propuesto: Agencias de Viaje.

- 10.1. Características de las agencias de viaje.
- 10.2. Ejercicio de aplicación.

Tema 11. Aplicación del modelo propuesto: Campings.

- 11.1. Características de los campings.
- 11.2. Ejercicio de aplicación.

Tema 12. Aplicación del modelo propuesto: Hoteles.

- 12.1. Características de los hoteles.
- 12.2. Ejercicio de aplicación.

Tema 13. El Uniform System of Accounts For Hotels (USAH) - Hoteles

- 13.1. Introducción al USAH.
- 13.2. Cálculo del Gross Operating Income.
- 13.3. Cálculo del Gross Operating Profit.
- 13.4. Cálculo del Net Operating Profit.
- 13.5. Aplicación del USAH.

Tema 14. La contabilidad presupuestaria.

- 14.1. Objetivos de la contabilidad presupuestaria.
- 14.2. Metodología.

14.3. Presentación de las desviaciones.

14.4. Ejercicios de aplicación.

V.- BIBLIOGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

- ALVAREZ LOPEZ, J. Y OTROS: "Introducción a la Contabilidad de Gestión". Cálculo de Costes_ AECA. McGraw-Hill. Madrid, 1993.
- AMAT SALA, O.: "Contabilidad y finanzas en hoteles". De. EADA. Barcelona, 1992.
- MALLO C., KAPLAN R. S., MELJEM S., GIMENEZ C.: "Contabilidad de Costos y Estratégica de Gestión". Ed. Prentice Hall, Madrid 2000.
- OLLER NOGUES, JORDI: "Contabilidad de costes para agencias de viajes, hoteles y campings". Ed. Síntesis. Madrid 1994.

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

- ARANDA HIPOLITO, A. W.: "Contabilidad analítica. Edición adaptada la nuevo Plan General de Contabilidad". Síntesis. Madrid, 1991.
- DEARDEN, J.: "Sistemas de Contabilidad de Costos y de Control Financiero". Editorial Deusto. Última edición disponible.
- IRRURETAGOYENA, M.T.: "Contabilidad de Costes". Ed. Pirámide. Madrid. Última edición disponible.
- VEUTHEY MARTINEZ, E., MUÑOZ COLOMINA, C Y ZORNOZA BOY, J.: "Curso de Contabilidad de Costes. Supuestos prácticos". Palas Atenea. Madrid. 1993



Asignatura	REGLAMENTACION LABORAL DEL SECTOR TURISTICO
Código	05B9
Tipo	Optativa de segundo curso.
Duración	Cuatrimestral (4,5 créditos: 3 créditos teóricos y 1,5 créditos prácticos, 2º cuat.)
Profesor	D. Luis Hernández Armand.
Curso académico	2010/2011

ASIGNATURA SIN DOCENCIA

I.- OBJETIVO

Aunque el contenido de la asignatura incluye las instituciones propias del Derecho del Trabajo, no se pretende con ello hacer del Diplomado en Turismo un experto en relaciones laborales, pero sí que conozca las instituciones básicas y lo que es más importante, su aplicación al mundo del turismo, por lo que se dedicará especial atención a los Convenios Colectivos que regulan el sector.

II.- PLAN DIDÁCTICO

El contenido, con matices en el grado de profundidad, debe ser el correspondiente a esta disciplina en cualquier Facultad de Derecho o Empresariales, y así aparece estructurado, incluyendo: Introducción, Derecho individual de Trabajo, Derecho Colectivo, y unas breves referencias a los procedimientos laborales y a la Seguridad Social.

La forma de impartir la asignatura será mediante la exposición de su contenido mediante clases magistrales que agotarán así los créditos asignados a la parte teórica.

Respecto a la realización de prácticas, éstas consistirán, generalmente, en algún trabajo del alumno sobre los siguientes temas: Derecho Laboral en la Constitución española; contratos de trabajo, Convenios Colectivos del sector, modelos formularios de Seguridad Social, de salarios, etc. Igualmente se valorará el comentario sobre alguna Conferencia que se programe por la Escuela de Turismo.

También se aconsejará al alumno como actividad complementaria la lectura de algún libro o artículo para resumirlo o comentarlo.

Al igual que en otras asignaturas, en ésta y quizás con mayor motivo se valorará la realización de practicas en empresas turísticas.

III.- CRITERIO DE EVALUACIÓN

Por tratarse de una asignatura cuatrimestral habrá un examen único al finalizar el trimestre. Sin perjuicio de que, como antes se ha apuntado se practique una evaluación continuada y una valoración de las prácticas obligatorias o voluntarias que el alumno realice.

A mediados del mes de Abril se realizará un ejercicio de clase sobre los temas ya tratados mediante la fórmula de un ejercicio test y que quien lo supere tendrá un punto a computar en el examen final de la asignatura.

IV.- PROGRAMA

Tema 1.- Introducción al derecho del trabajo.- la administración laboral.- organizaciones laborales internacionales.- organización política y social del trabajo.

Tema 2.- Fuentes.- normas reguladoras de la relación laboral.- constitución.- leyes orgánicas y ordinarias.- otras normas estatales y autonómicas.- ordenanzas y reglamentaciones.- convenios colectivos.- otras fuentes de origen social.

Tema 3.- La relación laboral.- el contrato de trabajo: concepto y clases.- duración.- eficacia e incidencia de los sujetos en el contrato de trabajo.- el periodo de prueba.

Tema 4.- Derechos y obligaciones básicos.- derechos y obligaciones nacidos del contrato de trabajo.- poderes del empresario: organizativo, directivo y disciplinario.

Tema 5.- El salario: conceptos que lo integran. forma de liquidación y pago.- garantías.

Tema 6.- La jornada de trabajo.- horas extraordinarias.- trabajos a turnos y jornadas especiales.- trabajo a tiempo parcial.- descansos, permisos y licencias.- vacaciones anuales.

Tema 7.- Modificaciones del contrato.- movilidad funcional y geográfica.- cesión de trabajadores (ett) y subrogaciones empresariales.- suspensión y extinción del contrato de trabajo.- especial referencia al despido: requisitos y tramitación.

Tema 8.- Derechos de representación colectiva y reunión de los trabajadores.- órganos de representación.- competencias.- garantías.- procedimiento electoral.

Tema 9.- La negociación colectiva.- los convenios colectivos: especial referencia a los convenios del sector turístico.- elaboración y tramitación.- validez, aplicación e interpretación.- la adhesión y resolución.

Tema 10.- Los conflictos colectivos: el derecho de huelga y el cierre patronal.

Tema 11.- Conflictos individuales de trabajo: breve referencia al procedimiento laboral.

Tema 12.- La Seguridad Social.- sistema español.- campo de aplicación.- régimen general y regímenes especiales.- prestaciones y beneficiarios.- normas comunes: afiliación y alta.- financiación, cotizaciones.- régimen de autónomos.

Tema 13.- Régimen general de la seguridad social.- riesgos específicas: accidentes de trabajo, enfermedad profesional, paro.- riesgos genéricos: incapacidad temporal, invalidez, muerte y supervivencia, jubilación, enfermedad común y asistencia sanitaria.- protección a la familia.

V.- BIBLIOGRAFIA

- Dominguez Moliner, F. Derecho laboral y de seguridad social. Centro editorial Ramón Areces. Madrid 1993.

- Montoya Melgar A. Derecho del trabajo. Editorial Tecnos. Madrid 1994.



Asignatura	GESTIÓN Y PROTOCOLO DE EVENTOS
Código	06B0
Tipo	Optativa de segundo curso.
Duración	Cuatrimstral (4,5 créditos: 3 créditos teóricos y 1,5 créditos prácticos, 2º cuat.)
Profesora	Dña. María Dolores Ponce Sánchez.
Curso académico	2010/2011

ASIGNATURA SIN DOCENCIA

I.-OBJETIVO

Que los alumnos/as adquieran los conocimientos precisos para poder gestionar y/o planificar diversos eventos y modalidades de reunión.

II.-PLAN DIDÁCTICO

Los contenidos teóricos del curso han sido elaborados a modo de orientaciones prácticas o guía metodológica para que los alumnos/as adquieran las capacidades necesarias que les permitan gestionar diferentes eventos. Así pues, estos conocimientos se irán plasmando paulatinamente, por parte de los alumnos/as, en ejercicios durante el curso. La metodología será dinámica y flexible, sujeta a las necesidades del grupo y al propio proceso enseñanza-aprendizaje.

III.- CRITERIO DE EVALUACIÓN

La evaluación será continua, formativa y sumativa.

Los criterios a considerar serán: aptitud, participación e interés, la adquisición de conocimientos a través de la observación directa y pruebas objetivas que consistirán en la realización de un trabajo sobre cualquier aspecto relacionado con la materia y un ejercicio escrito que tendrán lugar en el mes de junio.

IV.-PROGRAMA

Tema 1. Introducción y marco conceptual.

- 1.1. Turismo urbano/ turismo de reuniones.
- 1.2. Modalidades de reunión.

- 1.3. La promoción de ciudades de reuniones
- 1.4. Situación y perspectivas del turismo de reuniones en la Región de Murcia.

Tema 2.- Planificación de eventos

- 2.1. Etapas y técnicas en la organización de eventos.
- 2.2. La planificación de actos públicos.

Tema 3.- Protocolo. Definición y normativa.

- 3.1. Ordenación General de Precedencias. Real Decreto 2.099/83, de 4 de Agosto.
- 3.2. Decreto nº 37/1992, de 23 de Abril, por el que se establece el régimen de Precedencias de Autoridades e Instituciones de la Comunidad Autónoma de Murcia.
- 3.3. Los símbolos. Banderas, himnos y escudos .

Tema 4.- La comunicación

- 4.1. La Expresión oral y escrita
- 4.2. Hablar en público. Los discursos.
- 4.3. Los medios de comunicación social.

Tema 5.- El protocolo en los ámbitos: Universitario, empresarial, social.

- 5.1. Actos de empresa.
- 5.2. Actos universitarios
- 5.3. Actos sociales.

Tema 6.- Las Instituciones Europeas. Protocolo, bandera e himno.

V.- BIBLIOGRAFIA

BIBLIOGRAFÍA BASICA

- DE URBINA, J.A.(2001): "El gran libro del Protocolo". Ed. Temas de hoy. Madrid. 619 p.
- HERRERO, P. (2000): "Gestión y organización de congresos". Ed. Síntesis. Madrid. 174 p.
- SOLE, M.(1998): "El Protocolo en la empresa". Ed. Planeta. Barcelona. 212

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTARIA

- CALLIZO, J., LACOSTA, A.J.(2000): "Zaragoza como producto turístico urbano-cultural: arte, ferias, congresos y negocios".

- TOMÉ, S., POBLETE, M. A. (2000): "Oviedo: turismo Medio ambiente en ciudades medias" Actas IV Coloquio de G^a Urbana y VI Coloquio de G^a del turismo, ocio y recreación. Las Palmas. Pp 234-39.
- ESPEJO MARIN C., PONCE SANCHEZ M.D. (1999): "Turismo de Congresos y Reuniones en la ciudad de Murcia". Cuadernos de Turismo nº. 3, Universidad de Murcia. pp.
- GONZALEZ QUIJANO C. (1997): "El mercado de convenciones y reuniones en la Actividad Turística Española en 1996", Madrid, Nexo Editores, pp. 491-507.
- SOLE M. (1998): "El Protocolo y la empresa". Ed. Planeta, Barcelona, pp.212.
- VALENZUELA RUBIO, M. (1998): "Madrid, escaparate y punto de encuentro. "Turismo relacional y reestructuración productiva en una economía global", en El futuro de la industria en la Comunidad de Madrid, Madrid, Asociación madrileña de Ciencia Regional, pp. 205-239.
- MARCHENA GÓMEZ, M. (1995): "El turismo metropolitano: una aproximación conceptual" Estudios Turísticos nº 126, Instituto de Estudios Turísticos. Secretaría General de Turismo. Pp.7-21.

Asignatura	GESTION Y CREACION DE PYMES TURISTICAS
Código	06B1
Tipo	Optativa de segundo curso
Duración	Cuatrimestral (4,5 créditos: 3 créditos teóricos y 1,5 créditos prácticos, 1^{er} cuat.)
Profesor	D. Isidoro Sánchez Ayala.
Curso académico	2010/2011

ASIGNATURA SIN DOCENCIA

I.-PLAN DIDÁCTICO

Cada clase, constará de dos tipos de actividades claramente diferenciadas. Así, la primera parte de la clase se dedicará a la exposición de los aspectos teóricos de cada tema. De otro lado, en la segunda parte de cada clase, se hará entrega al alumno de los documentos que se correspondan con la materia explicada, para la posterior confección de los mismos.

II.- CRITERIO DE EVALUACIÓN

La asignatura será evaluada mediante un único examen final escrito. Este, estará integrado por sesenta preguntas de carácter objetivo. Cada dos preguntas contestadas de forma incorrecta penalizará una pregunta contestada correctamente.

Una segunda parte del examen, estará integrada por cuatro cuestiones de carácter práctico.

La primera parte del examen supondrá un sesenta por ciento de la puntuación total, mientras que la parte segunda un cuarenta por ciento de la misma.

III.- PROGRAMA

Tema 1. Estructura legal de la empresa (I).

Criterios de elección; el empresario individual : la comunidad de bienes; la sociedad colectiva; las sociedades laborales; las sociedades cooperativas.

Tema 2. Estructura legal de la empresa (II).

La sociedad de responsabilidad limitada, elección del nombre y solicitud de la certificación al registro mercantil central; escritura de constitución y estatutos de la

sociedad; elevación a público; tributos de constitución; inscripción registral; diferencias fundamentales con la sociedad anónima.

Tema 3. Tramites administrativos de carácter general en la puesta en marcha de una pyme .

Presentación de la declaración censal; arrendamiento de locales de negocio; declaración de alta en el impuesto de actividades económicas. Inscripción de la empresa en la seguridad social; inscripción en el régimen especial de trabajadores autónomos; apertura de centro de trabajo; diligencia libro de visitas.

Tema 4. Recursos humanos. La contratación del personal

Modalidades de contratación: contratación temporal e indefinida; política salarial de la empresa: contenido y pago del salario, estudio de recibos de salarios, la seguridad social: cuotas; la prevención de los riesgos laborales: obligaciones empresariales, los servicios de prevención, responsabilidades y sanciones.

Tema 5. Obligaciones fiscales y registrales.

Conceptos impositivos básicos; el impuesto sobre la renta de las personas físicas ; el impuesto sobre sociedades ; el impuesto sobre el valor añadido ; el impuesto sobre actividades económicas ; contenido de las cuentas anuales ; depósito de las cuentas anuales en el registro mercantil.

Tema 6. Ayudas publicas a la creación de pymes.

Ayudas de los organismos públicos; ayudas procedentes del instituto de fomento de la región de Murcia; ayudas procedentes de la consejería de trabajo y política social de la región de Murcia.

IV.-BIBLIOGRAFIA

- "Instituciones de derecho mercantil". Fernando Sánchez Calero. Mc Graw Hill .Madrid. (Ultima edición)

- "Curso de derecho tributario". Parte especial. Jose J. Ferreiro Lapatza y otros. Edic. Marcial Pons (ultima edición)

- "Derecho del trabajo". Alfredo Montoya Melgar. Editorial Tecnos . Madrid. (Ultima edición).

Asignatura	GESTIÓN DE LOS DESTINOS DEL TURISMO RURAL.
Código	06B2
Tipo	Optativa de segundo curso
Duración	Cuatrimestral (4,5 créditos: 3 créditos teóricos y 1,5 créditos prácticos, 1^{er} cuat.)
Profesora	Dña. Mercedes Millán Escriche.
Curso académico	2010/2011

ASIGNATURA SIN DOCENCIA

I.- OBJETIVOS

Ofrecer al alumno la posibilidad de descubrir las particularidades del medio rural y de su población, así como la caracterización del producto Turismo Rural a partir de los recursos que ofrece dicho espacio.

Dotar al alumno de las capacidades necesarias para que su gestión turística se realice desde la reflexión y logre la interrelación armoniosa con otras actividades económicas propias de ese ámbito, aplicando para ello criterios de calidad empresarial y respeto en la utilización de los recursos existentes.

II.- PLAN DIDÁCTICO

- Identificar el medio rural y su situación actual, sus valores y elementos caracterizadores.
- Definir el producto Turismo Rural y las exigencias que rigen su normalización en España.
- Individualizar tipologías de Turismo Rural en distintos ámbitos territoriales.
- Atender a la fragilidad de los recursos en la planificación y gestión del turismo rural.
- Conocer métodos de planificación y gestión para el producto Turismo Rural.

III.- CRITERIO DE EVALUACIÓN

La evaluación será el resultado de la aplicación de los siguientes criterios:

1. Teoría de la asignatura: Ejercicio escrito final **hasta 8 puntos.**

2. Prácticas de la asignatura: Participación en las prácticas de clase y elaboración de un trabajo de curso. **Hasta 2 puntos.**

Los trabajos, **en ningún caso**, sustituirán el aprendizaje y el examen de los contenidos teóricos.

IV.- PROGRAMA

Tema 1. El territorio del Turismo Rural

- 1.1. Caracterización del espacio rural.
- 1.2. Identificación de la población rural
- 1.3. Evolución de la funcionalidad del espacio rural europeo.

Tema 2. Planificación del Turismo en el Espacio Rural

- 2.1. Metodología de la planificación:
 - a) Planteamiento de objetivos
 - b) Adopción de procedimientos
 - c) Delimitación de debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades
 - d) Formulación del plan.

Tema 3. El producto

- 3.1. Aproximación conceptual al Turismo Rural
- 3.2. Turismo Rural Sostenible
- 3.3. Normativa Autonómica del Turismo Rural
- 3.4. Modalidades de alojamiento normalizado de Turismo Rural en España.

Tema 4. La Calidad como instrumento diferenciador del Turismo Rural

- 4.1. Introducción
- 4.2. Sistemas de Calidad para Casas Rurales

Tema 5. La planificación de la Empresa de Turismo Rural

- 5.1. Estrategias de desarrollo: políticas e instrumentos
- 5.2. Instrumentos de la gestión: el plan de marketing

Tema 6. La Comercialización del Producto Turismo Rural.

- 6.1. El asociacionismo como vía para la eficacia
- 6.2. Distribución Directa.

6.3. Distribución Indirecta.

6.4. La incorporación de nuevas tecnologías.

Tema 7. Turismo Rural en La Región de Murcia

7.1. Antecedentes, evolución y retos de futuro.

7.2. Espacios maduros y espacios emergentes.

PRÁCTICAS:

Trabajo de curso: Planificación de un alojamiento rural.

Lecturas y audiovisuales. Que ayuden a descubrir las particularidades del mundo rural y del producto turismo rural.

Impacto Ambiental del turismo rural. Aplicación de los criterios de impacto ambiental en actividades inherentes a la actividad turística en espacio rural.

Estrategias empresariales y comercialización. Identificación de segmentos de mercados y elaboración de los correspondientes catálogos.

Asistencia a conferencias, visitas, salidas de campo, etc. Esta posibilidad queda abierta al interés que presenten las programaciones del periodo de desarrollo de la asignatura.

V.- BIBLIOGRAFÍA

Debido al carácter dinámico de la materia objeto de estudio deben utilizarse, preferentemente, artículos y estudios recientes que pueden encontrarse en revistas científicas, actas de congresos, y en las diferentes administraciones implicadas en la actividad turística. Para el análisis de la normativa autonómica específica del producto, se consultarán los Boletines Oficiales de cada Comunidad Autónoma.

- BIGNE ALCAÑIZ, J. E. (2004): "Nuevas orientaciones en el Marketing turístico. De la imagen de los destinos a la fidelización de los turistas. Papeles de Economía Española, nº 102, pp. 221-235.
- BLANQUER, D. (Director): (2006): Turismo en Espacios Rurales. En 8º Congreso de Turismo Universidad y Empresa. Tirant Lo Blanch, Valencia, 518 pp.
- CONSEJERIA DE TURISMO Y ORDENACIÓN DEL TERRITORIO REGION DE MURCIA. Unidad de Estudios y Estadística.
- GARCIA HENCHE, B. (2001): "Estrategias de comercialización del turismo rural". Documentos de Trabajo, Serie A Nº 200016. Escuela Universitaria de Turismo, Universidad de Alcalá.

- GARCÍA HENCHE, B. (2003): Marketing del Turismo Rural. Ed. Pirámide. Madrid, 312 pp.
- MILLÁN ESCRICHE, M. (1999): "El Turismo Rural en la planificación económica de la Región de Murcia". Cuadernos de Turismo. Nº 4 Pp.51-72.
- MILLÁN ESCRICHE, M. (2000): "Notas para la catalogación como municipios turísticos en el interior de la Región de Murcia". Cuadernos de Turismo Nº 5, pp. 87-104.
- MILLÁN ESCRICHE, M. (2004): La Iniciativa Comunitaria LEADER en el desarrollo local del Noroeste murciano. Tesis Doctoral. Servicio de Publicaciones de la Universidad de Murcia.
- MILLÁN ESCRICHE, M. (2004): "Turismo en la Región de Murcia: Evolución de la oferta turística de interior y su distribución espacial. Cuadernos de Turismo nº 13, Pp.51-72.
- MILLÁN ESCRICHE, M. y PEÑALVER TORRES, M. T. (2004): "Oferta turística y generación de empleo en un espacio rural: el Noroeste murciano". Comunicación presentada al IX Coloquio de Geografía del Turismo Ocio y Recreación celebrado en Zaragoza del 21 al 23 de Octubre de 2004. (Actas en prensa)
- MILLÁN ESCRICHE, M. (2004): "La Geografía de la Percepción: una metodología de análisis para el desarrollo rural". Papeles de Geografía. Nº 40.
- MILLÁN ESCRICHE, M. (2004): "Ocio y Turismo en la Región de Murcia. Alternativas para su diversificación" Cuadernos de Turismo nº 14, pp. 113-175.
- MILLÁN ESCRICHE, M. (2005): "Reflexiones para el estudio de modelos de desarrollo del turismo de interior. El caso de la Región de Murcia". Aportación personal al I Congreso de Turismo de Interior y Montaña. www.lleidatur.com.
- MILLÁN ESCRICHE, M. (2005): "Los retos de los actores del desarrollo local en el tránsito de la tradición a la innovación" Comunicación presentada en las V Jornadas de Desarrollo Local celebradas en Alicante del 1 al 3 de junio de 2005.
- MINISTERIO DE ECONOMÍA, SECRETARÍA DE ESTADO DE COMERCIO Y TURISMO, SECRETARÍA GENERAL DE TURISMO./TURESPAÑA: Sistema de Calidad para Casas Rurales: Herramientas y Métodos para la implantación.
- PÉREZ FERNÁNDEZ, J. M. (2001) Régimen jurídico del turismo rural. FITUR, Madrid.

Asignatura	PRACTICUM
Código	06B7
Tipo	Troncal de tercer curso.
Duración	Anual (10 créditos: 0 créditos teóricos y 10 créditos prácticos.)
Profesores	D. José Antonio García Ayala D. Luis Hernández Armand.
Curso académico	2010/2011

I.- OBJETIVOS

- Toma de conciencia de la dimensión, funciones y organización interna de las empresas e instituciones turísticas con vistas a optimizar su funcionamiento desde un punto de vista técnico y multidisciplinar.
- Conocer de primera mano los servicios que se pueden ofrecer al cliente en una empresa turística. El alumno deberá conocer los argumentos de venta y será objetivo principal la atención al cliente.
- Comprender el funcionamiento interno de las empresas o instituciones y sus distintos departamentos para mejorar la calidad de los servicios. Se hará especial atención a la interrelación entre los mismos.
- Poner en práctica por último los conocimientos adquiridos durante la realización de los estudios conducentes a la obtención de la *Diplomatura en Turismo*.

II.- PLAN DIDÁCTICO

La didáctica de esta asignatura consiste en la orientación recibida por una parte del tutor o tutores de la Universidad (tanto a la hora de buscar una empresa u organismo donde realizar el periodo práctico como para realizar toda la documentación y dar parte al COIE) y por otra la que el tutor de la Empresa le brinda durante su periodo de aprendizaje. Al haber multitud de empresas y organismos en los que el estudiante de la *Diplomatura en Turismo* puede realizar sus prácticas, se debe señalar que cada caso será estudiado en detalle y la orientación que reciba cada alumno se amoldará a su perfil.

Es necesario señalar, que es requisito *sine qua non* para realizar las prácticas que el alumno haya superado el 50% de los créditos de la carrera y que esté matriculado de la asignatura *Practicum*.

III.- CRITERIO DE EVALUACIÓN

Una vez se haya terminado el periodo de prácticas se procederá a su evaluación en la convocatoria oficial correspondiente. Los criterios que se seguirán para la valoración estarán en función de los cuestionarios que deben rellenar el tutor de la empresa y el propio estudiante así como en una entrevista personal en la que se ponderarán los conocimientos adquiridos y el aprovechamiento por parte del alumno.

IV.- CONOCIMIENTOS PRÁCTICOS

En este caso, la totalidad de la carga lectiva de los créditos de la asignatura tiene carácter práctico con el fin de introducir al estudiante en el mundo laboral, adquiriendo previamente una formación práctica como colofón a la teórica adquirida en la Escuela.



Asignatura	FISCALIDAD EN LAS EMPRESAS TURÍSTICAS
Código	06B8
Tipo	Obligatoria de tercer curso.
Duración	Cuatrimestral (6 créditos: 4,5 créditos teóricos y 1,5 créditos prácticos, 2º cuat.)
Profesora	Dña. Nieves Gil Corbalán.
Curso académico	2010/2011

I.- OBJETIVOS

No es fácil conocer cómo funciona hoy el sistema tributario sobre todo por que se trata de una disciplina viva, en constante cambio. Sin embargo es importante que el universitario y futuro profesional acabe dominando aspectos claves del sistema tributario español.

El propósito de esta asignatura es conseguir ese acercamiento al sistema tributario en general y al conocimiento de los tributos, en particular. Trataremos de profundizar en el estudio de los impuestos directos e indirectos. Haremos hincapié en aquellos impuestos que mayor trascendencia tienen en nuestra vida personal y, dado el ámbito empresarial en que nos encontramos, analizaremos con detalle los impuestos relacionados con la actividad del profesional en el sector turístico.

II.- PLAN DIDACTICO

En el desarrollo de esta asignatura se seguirá la siguiente metodología:

Para la teoría se realizará una exposición en clase de los diferentes temas incluidos en el programa. El seguimiento de esos temas por los alumnos se hará a través de las normas legales existentes al respecto, tales como, Ley General Tributaria (LGT) y normas reguladoras de cada impuesto. Además, se facilitarán a los alumnos apuntes y diapositivas entregados por el profesor. Se utilizará como apoyo la bibliografía establecida al respecto.

La parte práctica se realizará a través de supuestos prácticos relacionados con cada uno de los tributos de mayor relevancia, en particular los relacionados con el sector turístico.

Para reforzar las clases teóricas y prácticas se analizarán documentos de relevancia fiscal, con los que el alumno tendrá una posterior relación personal y/o profesional.

III.- SISTEMA DE EVALUACION

El procedimiento de evaluación constará de las siguientes partes:

Se propondrán prácticas a lo largo del cuatrimestre, con carácter voluntario, que serán valoradas hasta alcanzar un máximo del 15% de la nota final.

Examen a final del cuatrimestre que constará de: **Preguntas objetivas sobre el contenido de los temas. Modalidad verdadero o falso. (7 puntos). Ejercicios prácticos (3 puntos).**

IV.- PROGRAMA

PARTE GENERAL

Tema 1. El Derecho Tributario

- 1.1. Concepto y contenido
- 1.2. Las fuentes del Derecho Financiero.

Tema 2. Los Ingresos Tributarios

- 2.1. Concepto y clases
- 2.2. Impuestos: concepto y clases
- 2.3. Tasas: concepto y clases.

Tema 3. La relación jurídica tributaria

- 3.1. El hecho imponible
- 3.2. Extinción de la obligación tributaria
- 3.3. La base imponible
- 3.4. Cuota y deuda tributaria
- 3.5. Devengo del tributo

Tema 4. Elementos personales de la deuda tributaria

- 4.1. Los sujetos
- 4.2. Sujeto pasivo del tributo
- 4.3. Los responsables
- 4.4. Capacidad y representación
- 4.5. El domicilio fiscal

Tema 5. Procedimiento de gestión de los tributos

5.1. Las liquidaciones tributarias

5.2. La recaudación

5.3. La inspección de los tributos

Tema 6. Procedimiento sancionador

6.1. Infracciones tributarias

6.2. Sanciones tributarias

6.3. Delitos contra la Hacienda Pública.

PARTE ESPECIAL

Tema 7. Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas I

7.1. Naturaleza, objeto y ámbito de aplicación

7.2. El hecho imponible

7.3. Sujeto pasivo

7.4. Periodo impositivo y devengo del impuesto

Tema 8. Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas II. Determinación de la base imponible

8.1. Rendimientos del trabajo

8.2. Rendimientos del capital

8.3. Rendimientos de actividades económicas

8.4. Ganancias y Pérdidas patrimoniales

Tema 9. Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas III

9.1. Integración y compensación de rentas

9.2. Mínimo personal y familiar

9.3. Base liquidable

9.4. Cálculo del impuesto. Cuotas

9.5. Pagos a cuenta

9.6. Gestión del impuesto

Tema 10. Impuesto sobre el Patrimonio

10.1. Naturaleza, objeto y ámbito de aplicación

10.2. Hecho imponible

10.3. Sujeto pasivo

10.4. Base imponible y liquidable

10.5. Deuda tributaria

10.6. Gestión del impuesto

Tema 11. Impuesto sobre Sociedades

11.1. Naturaleza, objeto y ámbito de aplicación

11.2. Hecho imponible

11.3. Sujeto pasivo

11.4. Base imponible: reglas de valoración

11.5. Determinación de los rendimientos netos

11.6. Deuda tributaria

11.7. Gestión del impuesto

Tema 12. Impuesto sobre Sucesiones y Donaciones

12.1. Naturaleza, objeto y ámbito de aplicación

12.2. Sujeto pasivo

12.3. Base imponible y base liquidable

12.4. Deuda tributaria

12.5. Gestión del impuesto

Tema 13. Impuesto sobre Transmisiones Patrimoniales y Actos Jurídicos Documentados

13.1. Transmisiones patrimoniales onerosas

13.2. Operaciones societarias

13.3. Actos jurídicos documentados

Tema 14. Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA) I

14.1. Naturaleza, objeto y ámbito de aplicación

14.2. Hecho imponible

14.3. Sujeto pasivo

14.4. Base imponible

14.5. Tipos impositivos

14.6. Deducciones y devoluciones de cuotas

14.7. Devengo del impuesto y lugar de realización

Tema 15. IVA II

15.1. Regímenes especiales

15.2. Régimen especial de las agencias de viajes

Tema 16. Impuestos Especiales

- 16.1. Impuesto sobre las bebidas alcohólicas
- 16.2. Impuesto sobre hidrocarburos
- 16.3. Impuesto sobre las labores del tabaco
- 16.4. Impuesto especial sobre determinados medios de transporte

Tema 17. Financiación de las Comunidades Autónomas y de las Corporaciones Locales

- 17.1. Recursos de las Comunidades Autónomas
- 17.2. Recursos de las Corporaciones Locales

V.- BIBLIOGRAFIA BASICA

- Calvo Ortega, Rafael (2005): "I Derecho Tributario". Parte general. Novena edición. Thomson. Civitas
- Martín Queralt, Juan y otros (2005): "Manual de Derecho Tributario". Parte especial. Thomson. Aranzadi.
- Pérez, J.; Quintas, J. y Sánchez, J. (2005): "Introducción al Sistema Tributario Español (2005-2006)". 6ª edición. CEF.
- Ley General Tributaria. Ley 58/2003 de 17 de diciembre.



Asignatura	INGLES TURISTICO
Código	07B1
Tipo	Obligatoria de tercer curso.
Duración	Anual (9 créditos: 6 créditos teóricos y 3 créditos prácticos.)
Profesores	D. Rafael Rocamora Abellán. D. Pablo Ros Pérez.
Curso académico	2010/2011

I.- OBJETIVOS

Los estudiantes de turismo, tras haber superado la asignatura de Inglés para la Hostelería de segundo curso se encuentran en condiciones de afianzar y profundizar su conocimiento en el idioma para un fin específico: el inglés para el mundo del Turismo.

Asimismo, van a consolidar estructuras y modelos que han sido tratados previamente mediante todo tipo de practica, tanto oral como escrita.

El principal objetivo de esta asignatura durante este curso es dotar a los alumnos de la practica suficiente para que puedan afrontar satisfactoriamente cualquier tipo de situación comunicativa en el medio laboral relacionado con los servicios turísticos en general, y particularmente con la empresa del sector turístico: Tour operadores, agencias de viaje, empresas de transporte, alojamiento, aeropuertos, etc.

CONOCIMIENTOS TEORICOS: El área de inglés de la Escuela Universitaria de Turismo se plantea le enseñanza del idioma desde un punto de vista ecléctico, es decir, apuntando hacia una integración de diversos métodos didácticos, confiriendo especial relevancia a la enseñanza/aprendizaje comunicativo y poniendo énfasis en los aspectos funcionales del lenguaje sin menospreciar la carga de contenidos gramaticales de la asignatura.

El objetivo funcional para la asignatura de inglés en este tercer curso es proveer al alumno con los requisitos comunicativos adecuados a un nivel intermedio-alto para hacer frente a situaciones reales de uso de la lengua extranjera en condiciones optimas de comunicación, siempre en relación con el mundo del turismo, tanto en el ámbito empresarial como en el del contacto con los clientes.

Dado el carácter de esta asignatura, centrado en el mundo del turismo, otro objetivo será que el alumno logre dominar de forma adecuada el vocabulario específicamente turístico así como las destrezas y habilidades gramaticales que le serán necesarias a la hora de llevar a cabo un proceso de comunicación exitoso en su carrera profesional.

Finalmente otro objetivo básico que nos proponemos conseguir en este tercer curso, y como lo fue en cursos anteriores, es el perfeccionamiento de las cuatro destrezas comunicativas básicas: Hablar, Escuchar, Leer y Escribir.

CONOCIMIENTOS PRACTICOS: Nuestros alumnos dispondrán de la posibilidad de realizar prácticas en empresas, tanto privadas como públicas, relacionadas con el sector turístico tales como agencias de viajes, hoteles, empresas de transporte, puntos de información turística, etc. lo que contribuirá a una formación mas profunda en el ámbito de esta asignatura. Se esperará de nuestros alumnos que sean capaces de relacionar los conocimientos adquiridos hasta el momento en las diversas asignaturas y áreas temáticas que conforman la carrera con los contenidos del curso: economía, marketing, geografía, arte, etc.

II.- PLAN DIDACTICO

A lo largo de este tercer curso no se seguirá un solo método didáctico con el fin de utilizar lo mejor de los diversos métodos usados en la enseñanza del idioma.

Dentro de esta variedad metodológica podemos destacar los siguientes puntos:

- **Lengua en uso:** Puesto que la practica totalidad de nuestros alumnos están familiarizados con el uso del idioma ingles, su empleo continuo en el aula se verá mínimamente reforzado por el castellano cuando sea absolutamente necesario.

El mayor tiempo posible de exposición a la segunda lengua repercutirá en una mayor capacidad comprensiva del alumno que se verá plasmada en el uso que haga de la lengua en su futura carrera.

Se espera la suficiente responsabilidad por parte del alumno para que, en la medida de lo posible, complete su formación, y más concretamente, su practica del idioma no solamente en clase, sino también fuera de este entorno: Escuela de Idiomas, academias, intercambios lingüísticos, practica laborales adecuadas, estancias en el extranjero, etc.

-**Explicación frontal:** El peso específico de los contenidos gramaticales, al contrario que los culturales y funcionales, se verá reducido con respecto al curso anterior. Por lo tanto, durante las clases no habrá demasiado tiempo dedicado a la explicación gramatical frontal, sino que los propios alumnos extraerán sus conclusiones a partir de la practica de situaciones eminentemente comunicativas. A tal fin, será requisito imprescindible para la evaluación de la asignatura que el alumno asista al menos a un 80% de las prácticas de la misma, que supondrán un tercio del total de los créditos de la asignatura, es decir 3 créditos (=30 horas de clase).

- **Trabajo individual:** Se espera del alumno un esfuerzo individual en clase completado con un trabajo continuo en casa de manera que se practiquen las diferentes destrezas de aprendizaje de forma paralela a lo largo de la semana. En clase se hará un especial hincapié en las destrezas orales y auditivas, dejando para casa aquellas que necesitan una mayor reflexión, es decir la lectura y la escritura.

-**Trabajo en grupo:** Se espera que los alumnos participen en trabajos en grupo tanto en clase como fuera de ella con el fin de estimular tanto la colaboración como la practica lingüística con otros.

III. - EVALUACION

La evaluación de la asignatura consistirá en la valoración objetiva de las siguientes dos partes:

1ª PARTE. EXAMEN

Prueba Escrita: Consistirá en un examen de uso de la lengua, redacción, lectura y comprensión de un texto y una prueba de comprensión auditiva (ésta última con un valor de un 10-20% del total de la prueba escrita). Todas estas pruebas formarán parte del examen en todas la convocatorias (Junio, Septiembre y Febrero).

Prueba Oral: Para realizar esta prueba, el alumno deberá haber superado la prueba escrita con una nota no inferior a 5.

Consistirá en una entrevista entre dos alumnos y el profesor en la cual los alumnos deberán demostrar sus habilidades orales por medio de ciertas situaciones que les serán dadas por el examinador y que reflejan aspectos reales del entorno laboral en sus futuras labores profesionales. De forma alternativa y consensuada entre el profesor de la asignatura y el alumno, éste podrá examinarse de la prueba oral por medio de una exposición oral, con ayuda de medios audiovisuales, de uno o varios de los temas tratados en clase a lo largo del curso.

Ambas pruebas ha de ser superadas de manera independiente con al menos una nota de 5 para conseguir el aprobado.

Ambas pruebas tendrán un valor parcial de 80% sobre la evaluación total.

2ª PARTE. TRABAJOS EN GRUPO: El restante 20% de la evaluación vendrá dado por la realización de trabajos en grupo realizados a lo largo del curso.

Los trabajos consistirán en la utilización del idioma Inglés en el mundo de la empresa turística: Presentaciones en clase de rutas FAM trips, destinos turísticos,

estadísticas de relevancia turística, etc; realización de folletos, informes sobre charlas, conferencias u otros eventos de interés relacionados con la asignatura, así como cualquier otra actividad relevante.

La realización de estos trabajos será requisito imprescindible para que el alumno pueda ser evaluado en su totalidad tanto en Junio como en Septiembre y Febrero. De la misma manera, será también requisito imprescindible que el alumno participe de forma activa en las prácticas de la asignatura, donde se llevará a la práctica lo aprendido de manera teórica en clase. Estas prácticas versarán sobre aspectos comunicativos del programa: presentaciones, negociaciones, lenguaje telefónico, medios de comunicación, tecnologías de la información aplicadas a la empresa turística, etc. Será requisito imprescindible para la evaluación de la asignatura que el alumno asista a las prácticas de la misma, que supondrán un tercio del total de los créditos de que consta, es decir 3 créditos (=30 horas de clase), que debido a la naturaleza y complejidad de la materia se centrarán en el segundo cuatrimestre en su totalidad. Aquellos alumnos que, de forma no justificada y acreditada mediante la documentación pertinente, no asistan al menos al 80% de la totalidad de los créditos prácticos, no podrán ser evaluados en ninguna convocatoria hasta que superen tales créditos.

IV.- PROGRAMA

WEEK	TOPIC / SETTING	LANGUAGE STUDY	WORD STUDY	ACTIVITIES
1 / 2	Types of Holiday	Sonpound nouns	Travel Agencies	Giving Holiday Information
3 / 4	Job Hunting	Simple / Continuous verbs	Formal / Informal language	Job interviews, C.V. and letter writing
5 / 6	Tourism Organisations	Past Simple and Past Perfect	Means of Travel. Def. of Tourism	Note taking. Giving presentations
7 / 8	Tourist Information	Definite article	Br. and Am English	Figures Questionnaire
9 / 10	Travel agencies	Asking questions	Phrasal Verbs	Telephone calls
11 / 12	Tour Operators	Passive Voice	Negotiations	Report Writing
13 / 14	Promoting destinations	Future tense	Advertising	Describing itineraries
15 / 16	Ecotourism	Reporting verbs	Meetings	Public meetings
17 / 18	Transport	Two-part verbs	Means of transport	Fax writing Recommendations
19 / 20	Customer Relations	Infinitive / Gerund	Adjectives describing	Complaint and apologies

			personality	
21 / 22	Hotel Facilities	Adjective order	Hotel facilities	Memo writing
23 / 24	Trade Fairs	Conjunctions	Formal / Informal language	Writing promotional material
25 / 26	Tourism Information Centres II	Conditional sentences	Sports	Giving advice and suggestions
27 / 28	Guided Tours	Relative clauses	Museums and Monuments	Writing notices. Describing museum exhibits
29 / 30	Business Travel	Possibility and Certainty	Conference equipment	Promoting conference venues

V.- BIBLIOGRAFIA

BIBLIOGRAFIA BASICA

Libro de Texto

- Jacob, M & Strutt, P (1997) English for International Tourism. Longman.
- Crowe, R & Pickford, P (2000) Market Leader Alliance. Video Resource Book. Longman.
- Comfort, J. Business Reports in English. Cambridge Univ. Press. 2002.
- Goodale, M. Professional Presentations. Cambridge Univ. Press. 2001.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTARIA RECOMENDADA

Libros de Texto

- Jillett, R (2000) Market Leader. Business Learner Briefings. Video Resource Book. Longman
- Mioduszewska, M. et al. Checkpoint 2. Editorial Ramón Areces. 1994.

Gramática

- Murphy, R (1994) English Grammar in Use. Cambridge Univ. Press.

Diccionarios

- The New Oxford Dictionary of English.
- Alcaraz, E. *et al.* Diccionario de Términos de Turismo y Ocio. Ariel. 2000.



Asignatura	FRANCES TURISTICO
Código	07B9
Tipo	Obligatoria de tercer curso.
Duración	Anual (9 créditos: 6 créditos teóricos y 3 créditos prácticos.)
Profesora	Dña. Concepción Bernal Fernández.
Curso académico	2010/2011

I.- OBJETIVOS

Los estudiantes de turismo, tras haber superado las asignaturas de Francés 1 y Francés de Hostelería (Con el contenido cultural, gramatical y comunicativo que ello ha supuesto, así como de una introducción a su futuro ámbito profesional) se encuentran ya preparados para afianzarse y profundizar su conocimiento del idioma para su fin específico: el francés para el turismo.

El objetivo primordial para este tercer curso, se centrará en la preparación de los alumnos para hacer frente de una manera satisfactoria a cualquier tipo de situación comunicativa relacionado con el mundo turístico y de industrias afines.

El área de francés de la Escuela Universitaria de turismo de plantea la enseñanza del idioma, (tal como se hizo los años anteriores) desde un punto de vista ecléctico, es decir, apuntando hacia una integración de diversos métodos didácticos, confiriendo especial importancia a la parte comunicativa sin menospreciar la carga de los contenidos gramaticales de la asignatura.

Dado el carácter de esta asignatura, centrado en el mundo turístico, otro objetivo a cubrir será que el alumno afiance y amplíe el vocabulario específicamente turístico así como las destrezas y habilidades gramaticales que le sean necesarias a la hora de llevar a cabo un proceso de comunicación exitoso en su carrera profesional.

Otro objetivo básico para este tercer curso, y como lo fue en los años anteriores, es el perfeccionamiento de las cuatro destrezas comunicativas básicas para el dominio de cualquier lengua extranjera: hablar, escuchar, leer y escribir.

El objetivo funcional para este curso es proveer al alumno con los requisitos comunicativos adecuados a un nivel medio para hacer frente a situaciones reales del uso de la lengua francesa dentro del objeto de estudio, es decir, siempre en relación con el mundo del turismo, tanto dentro del ámbito empresarial como en el del contacto con los clientes.

II. PLAN DIDACTICO

A lo largo de este tercer curso no se seguirá un solo método didáctico, con el fin de utilizar lo mejor de los diversos métodos usados en la enseñanza del idioma.

Lo que se pretende es incentivar al estudiante a una investigación individual y a una cooperación con el resto del curso que le haga comprender la importancia del trabajo en equipo, dentro de esta variedad podemos destacar los siguientes puntos:

Lengua de uso: Puesto que la práctica totalidad de nuestros alumnos están familiarizados con el uso del francés, su empleo continuo en clase se verá mínimamente reforzado por el castellano cuando sea absolutamente necesario. Se espera la suficiente responsabilidad por parte del alumnado para que, en la medida de lo posible, complete su formación, y más concretamente, su práctica del idioma, no solamente en clase, sino fuera de este entorno: Escuela de idiomas, academias, intercambios lingüísticos, prácticas laborales adecuadas etc.

Explicación confrontada: El peso específico del desarrollo se verá incrementado progresivamente a lo largo del curso para el alumno. Este método permitirá al estudiante una mayor participación en clase así como la aportación de iniciativas y la creación de métodos complementarios que harán que el alumno se integre con más eficacia a la dinámica del curso.

Trabajo individual: Se espera un trabajo individual en la clase completado por los ejercicios y trabajos complementarios en casa a lo largo de la semana. En la clase se hará especial hincapié en las partes orales y auditivas, dejando para casa aquellas que necesiten una mayor reflexión.

Trabajo en grupo: Los alumnos deberán confeccionar y exponer en clase tanto itinerarios turísticos como temas de debate sobre promoción turística, que serán evaluados por el profesor al final del curso (ver apartado de EVALUACION).

III.- CRITERIO DE EVALUACION

Esta asignatura se someterá a un examen final anual. Las pruebas consistirán en una prueba escrita sobre los contenidos gramaticales, léxicos y conceptuales contemplados durante en curso, con ejercicios de comprensión lectora y oral, de vocabulario y gramaticales. Así mismo los alumnos deberán someterse a una entrevista con el profesor de la asignatura, en lengua francesa, en la cual deberán probar su competencia comunicativa en las situaciones relacionadas con el contexto turístico en el que se haya desarrollado durante el curso.

Los alumnos deberán realizar a lo largo del curso de forma individual o en grupo y con carácter obligatorio, trabajos prácticos relacionados con su futuro profesional: simulación o asistencia a visitas guiadas por alguna localidad de nuestro entorno, asistencia a las actividades propuestas por la Escuela Universitaria de Turismo.

VALOR DE LAS PRUEBAS: **escrita 40%, oral 40% y prácticas 20%.**

Los trabajos prácticos serán valorados al final del curso por el profesor, así como la asistencia a la clase y la participación en la misma, como requisito indispensable para el control continuo del aprendizaje del idioma los alumnos tendrán que hacer un mínimo de cuatro exposiciones o trabajos prácticos a lo largo del curso. En caso contrario deberán superar las pruebas de evaluación con una calificación de 6'5.

IV. PROGRAMA

TEMA 1. (semanas 1-4). Le musée et les guides. Tableau chronologique de l'histoire. Situation dans l'espace et dans le temps. _Itinéraires touristiques. Le métier du guide.

Contenus grammaticaux: La phrase relative: les pronoms relatifs simples et composés. Revision.

TEMA 2. (semanas 5-8). Tourisme vert. Logements et types de logements. Tourisme et écologie. Les parcs naturels.

Contenus grammaticaux: L'expression du temps. Emploi de la subordination marquant le temps.

TEMA 3. (semanas 9-12). L'agence de voyages. La création d'une agence de voyages. Types d'agences de voyages.

Contenus grammaticaux: L'expression de la cause. Emploi des principales conjonctions marquant la cause.

TEMA 4. (semanas 13-15). Tourisme d'aventure. Profil d'un aventurier. Itinéraires. Différents niveaux d'un voyage d'aventure.

Contenus grammaticaux: L'expression de la conséquence. Emploi des principales conjonctions marquant la conséquence.

TEMA 5. (semanas 16-19). Le thermalisme et la thalassothérapie. La chaîne thermale du Soleil en France. Exemple de thermalisme dans les pays de l'Est. Tourisme et handicapés.

Contenus grammaticaux: L'expression de la condition. Emploi des principales conjonctions marquant la condition.

TEMA 6. (semanas 20-23). Tourisme d'affaires. Foires et congrès. L'importance des transports.

Contenus grammaticaux: L'expression du but. Emploi des principales conjonctions marquant le but.

TEMA 7. (semanas 24-27). Tourisme culturel et religieux. Les villes monumentales et les pèlerinages.

Contenus grammaticaux: L'expression de la concession et la restriction.
REVISION: La mise en relief. Le gerondif et le participe présent. Principales périphrases verbales.

TEMA 8. (semana 28-30). Tourisme de luxe. Le voyages en train de luxe: Orient expres, Transcantábrico etc.

Contenus gramaticaux: Concordance de temps verbaux. Revisión.

V.- BIBLIOGRAFÍA BASICA

- "L'hôtel. Théorie et pratique". M. T. Audoux. Ed. L.T. Jacques Lanore.2000
- "Les métiers du tourisme". Cours de français. Odile Chantelauve, Sophie Corbeau, Hachette. 1991.
- "Ecotourisme". M^a Cruz Alonso, Patricia Gutiérrez y otros. Centro de estudios Ramón Areces. 1996.

Grammaire

- "Le français au présent". Annie Monnerie. Didier/Hatier.

Dictionnaire

- "Diccionario moderno Francés-Español, Español-Francés" García Pelayo y J. Testas. Larousse.



Asignatura	ALEMÁN TURÍSTICO
Código	07B0
Tipo	Obligatoria de tercer curso.
Duración	Anual (9 créditos: 6 créditos teóricos y 3 créditos prácticos.)
Profesora	Dña. Gisela Siebert.
Curso académico	2010/2011

I.- OBJETIVOS

El área de Alemán de la Escuela Universitaria de Turismo de Murcia se plantea la enseñanza de idiomas desde un punto de vista ecléctico, es decir, apuntando hacia una integración de diversos métodos didácticos, confiriendo especial relevancia a la enseñanza y al aprendizaje comunicativo, enfatizando los aspectos funcionales del lenguaje sin menospreciar la carga de contenidos gramaticales de la asignatura.

El objetivo funcional para la asignatura de Alemán Turístico en el tercer curso es completar y profundizar los conocimientos gramaticales de los cursos anteriores y darles utilidad a la hora de trabajar materiales preparados y auténticos del mundo turístico, preparando al alumno para defenderse comunicativamente en los distintos campos del turismo de forma escrita y oral.

II.- PLAN DIDÁCTICO

A lo largo de este tercer curso se utilizarán diversos métodos para conseguir un aprendizaje interesante teniendo en cuenta la capacidad propia de cada alumno y el horario reducido de dos horas semanales.

Dentro de esta variedad, se pueden destacar los siguientes puntos metodológicos:

Lengua de uso: Puesto que la práctica totalidad de nuestros alumnos están familiarizados con el uso del alemán, su empleo continuo en clase se verá mínimamente reforzado por el castellano cuando sea absolutamente necesario. Se espera la suficiente responsabilidad por parte del alumnado para que, en la medida de lo posible, complete su formación, y más concretamente, su práctica del idioma, no solamente en clase, sino fuera de este entorno: Escuela de idiomas, academias, intercambios lingüísticos, prácticas laborales adecuadas etc.

Explicación confrontada: El peso específico del desarrollo se verá incrementado progresivamente a lo largo del curso para el alumno. Este método permitirá al estudiante una mayor participación en clase así como la aportación de

iniciativas y la creación de métodos complementarios que harán que el alumno se integre con más eficacia a la dinámica del curso.

Trabajo individual: se espera del alumno una participación individual en clase complementada con un trabajo continuo en casa de manera que se practiquen las diferentes destrezas del aprendizaje de forma paralela a lo largo de la semana. En clase se hará un especial hincapié en las destrezas orales y auditivas, dejando para casa aquellas que necesitan una mayor reflexión, es decir, la lectura y la escritura.

Trabajo en grupo: los puntos gramaticales y funcionales del lenguaje y las nociones culturales, que sean conocidas para el alumno son revisadas y comprobadas de manera que permitan al estudiante usar y compartir su conocimiento y experiencia en clase. Se estimulará el trabajo en grupo principalmente en clase: 'Rollenspiel', diálogos, proyectos, etc.

III.- CRITERIO DE EVALUACIÓN

Los alumnos se someterán a un examen final escrito y oral. Sólo los alumnos que hayan obtenido en la prueba escrita una puntuación igual o superior al 40% podrán presentarse al examen oral. La prueba escrita consistirá en ejercicios sobre los contenidos gramaticales y temáticos del curso, un texto a comentar y un ejercicio de redacción. Así mismo los alumnos deberán someterse a una entrevista oral en lengua alemana, en la cual deberán probar su competencia comunicativa en las situaciones relacionadas con el contexto turístico en el que se haya desarrollado durante el curso.

Puntuación: **Prueba escrita 50%**
Prueba oral 50%

IV.- PROGRAMA

1.- Áreas temáticas y funciones de comunicación.

Tema 1. La formación – carrera universitaria, prácticas, carta de presentación, Currículum Vitae.

Tema 2. Alojamientos: las empresas hoteleras: su organización y elementos, pensiones, resorts.

Tema 3.Medios de transporte: avión, tren, barco, transporte por carretera.

Tema 4. Agencias de viajes y tour-operadores: estructura y cometidos; reservas, paquetes, correspondencia,

Tema 5.Tipos de turismo: sol y playa, cultural, turismo de salud y '*wellness*'.

Tema 6. Murcia ciudad y la Región de Murcia, una ruta turística. Monumentos, eventos, gastronomía, paisajes.

2.- Contenidos gramaticales.

El Konjunktiv II. La voz pasiva. Verbos con preposición. El futuro. El infinitivo y las construcciones de infinitivo. El participio y las construcciones de participio.

V.- BIBLIOGRAFÍA

- Barberis/Bruno, E: Deutsch im Hotel 1. Gespräche führen. Max Hueber Verlag, Ismaning 2000

- Borrueco, María: Reisen. Editorial síntesis, 1999.

Gramáticas:

- Dreyer/Schmitt:Prácticas de gramática alemana. Teoría y ejercicios, Verlag für Deutsch, Madrid, 1994

- Dora Schulz/ Heinz Griesbach: Grammatik der deutschen Sprache, Hueber-Verlag, Ismaning, 1992

- Luscher/ Schärpers / Lechner / Rull: Deutsch 2000. Gramática del alemán contemporáneo, Dillingen, 1989.

Diccionarios:

- Langenscheidt: Diccionario moderno alemán- español / español-alemán, Berlin, 1989.

- Klett: Thematischer Grund- und Aufbauwortschatz, Stuttgart 1991.

Bibliografía recomendada:

- Reimann, Monika: Gramática esencial del alemán con ejercicios, Hueber-Verlag, Ismaning, 1999.

Asignatura	GESTION DE AGENCIAS DE VIAJE
Código	07B2
Tipo	Obligatoria de tercer curso.
Duración	Cuatrimstral (6 créditos: 4,5 créditos teóricos y 1,5 créditos prácticos, 1^{er} cuat.)
Profesor	D. José Antonio García Ayala.
Curso académico	2010/2011

I.- OBJETIVOS

Como objetivo principal de esta asignatura se pretende conocer el funcionamiento interno de una agencia de viajes y las relaciones con sus distintos proveedores (empresas de alojamiento, mayoristas y transportistas básicamente). Cuando la materia llegue a su fin, el alumno será capaz de:

- Dominar la maquinaria de la agencia de viajes de forma general.
- Utilizar la documentación que en una agencia de viajes se realiza: bonos, billeteaje, etc. tanto propios, como de los distintos prestatarios de servicios.
- Conocer las tarifas distintas del mercado.
- Tener una visión lo más amplia posible de lo que las nuevas tecnologías implican en el normal desarrollo del trabajo de una agencia de viajes; con especial énfasis a los GDS y a Internet.

II.- PLAN DIDÁCTICO

A lo largo de este curso se seguirá un método didáctico enfocado desde una triple perspectiva:

- No se seguirá ningún libro de texto en concreto, debido a los incesantes cambios que las Agencias de Viajes realizan en su operativa; sino los apuntes de la asignatura que serán confeccionados por el profesor con el fin de proporcionar al alumno con la mayor veracidad posible en cuanto a la actualidad de este tipo de empresas. No obstante, el alumnado tendrá acceso a una bibliografía básica que aparece al final de este documento por si algún punto en particular interesa especialmente al alumno.
- Se complementarán los temas con recortes de periódico, folletos, billeteaje, realización de presupuestos de paquetes turísticos o cotización de servicios

y artículos de revistas de carácter científico con el fin de ampliar conocimientos y de comprender la realidad de las Agencias de Viajes, tanto actual como futura, enmarcándolas dentro de las Empresas Turísticas.

- Finalmente, se enfatizará especialmente en la utilización de las nuevas tecnologías de forma práctica como algo realmente indispensable para el agente de viajes. El objetivo es al menos una toma de contacto con los distintos Sistemas Computerizados de Reservas (Amadeus), paquetes informáticos de gestión de Agencias de Viajes, Internet, etc. Respecto a este último, se ha creado una dirección de Internet con vínculos a los principales portales de viajes, compañías aéreas, ferroviarias, etc., con el fin de que el alumno se familiarice con la red y tenga acceso a la mayor cantidad de información posible.

Respecto a estos dos últimos puntos, se pretende que al menos el cuarenta por ciento del contenido de la asignatura sea eminentemente práctica.

III.- CRITERIO DE EVALUACIÓN

La evaluación de la asignatura se realizará como se expone a continuación:

Tendrá lugar en las fechas establecidas a tal efecto por Junta de Escuela. La prueba consistirá en un **examen mixto**, compuesto por **una parte tipo test y preguntas prácticas cortas**.

Se realizará una prueba de carácter práctico a mitad de curso de carácter práctico que consistirá en localizar distintos códigos IATA de aeropuertos en un mapa. Superando esta prueba (sesenta por ciento de aciertos), se añadirá un punto a la nota final y la ponderación del examen final será del noventa por ciento. La realización de este ejercicio será opcional.

IV.- PROGRAMA

MÓDULO I.- INTRODUCCIÓN A LAS AGENCIAS DE VIAJES

Tema 1. Introducción a las agencias de viajes.

- 1.1. Concepto y evolución histórica de la Agencia de Viajes.
- 1.2. Posición de la Agencia de Viajes en la industria turística.
- 1.3. Funciones de la Agencia de Viajes: Asesora, mediadora y productora.
- 1.4. Clasificación y actividades: Tour Operadores, mayoristas, minoristas y mixtas.
- 1.5. Otros tipos de Agencias de Viajes: emisoras, receptoras y especializadas.
- 1.6. Principales Touroperadores y Agencias de Viajes españolas y extranjeras.

- 1.7. Relaciones entre Agencias de viajes y proveedores.
- 1.8. Asociaciones empresariales internacionales y nacionales.
- 1.9. Estudio de viabilidad de una Agencia de Viajes.
- 1.10. Disposiciones legales: UE, España y Región de Murcia.

Tema 2. La documentación en la agencia de viajes.

- 2.1. Documentación informativa.
- 2.2. Documentos internos.
- 2.3. Documentos externos.
- 2.4. El bono o voucher.

Tema 3. Marketing para la agencia de viajes.

- 3.1. Situación actual del Marketing.
- 3.2. El "Marketing Mix".
- 3.3. El cliente: Tipos de clientes.
- 3.4. Atención al cliente.
- 3.5. El folleto.
- 3.6. La Calidad en las Agencias de Viajes.

Tema 4. LA agencia de viajes como productora u organizadora de viajes a la oferta y a la demanda.

- 4.1. Características generales de los viajes a la oferta.
- 4.2. Tipos y fases de los viajes a la oferta.
- 4.3. La venta de viajes programados o paquetes.
- 4.4. Consejos prácticos para la utilización de los diferentes programas de viajes.
- 4.5. Reserva y emisión de documentación de viajes programados.
- 4.6. Características generales de los viajes a la demanda.
- 4.7. Fases de un viaje a la demanda.
- 4.8. Características generales de las programaciones especiales.

MÓDULO II.- LA AGENCIA DE VIAJES COMO INTERMEDIARIA EN LA VENTA DE SERVICIOS DIVERSOS

Tema 5. La agencia de viajes como intermediaria en los servicios de alojamiento y restauración.

- 5.1. Modalidades de alojamientos que pueden ofrecerse en una Agencia de Viajes.

- 5.2. Relaciones entre los hoteles y las Agencias de Viajes.
- 5.3. Terminología.
- 5.4. Manejo de guías y folletos.
- 5.5. Procedimientos de reserva y emisión de la documentación.
- 5.6. La restauración y las Agencias de Viajes.

Tema 6. La agencia de viajes como intermediaria en la venta de transporte aéreo.

- 6.1. Situación actual del transporte aéreo.
- 6.2. Los servicios Computarizados de Reservas.
- 6.3. La liberación del tráfico aéreo y sus consecuencias para las Agencias de viajes.
- 6.4. Organismos y regulaciones.
- 6.5. Compañías aéreas.
- 6.6. Relaciones entre compañías aéreas y Agencias de Viajes.
- 6.7. Manejo de guías y horarios.
- 6.8. Tarifas aéreas internacionales y domésticas.
- 6.9. Descuentos aéreos.
- 6.10. Procedimientos de reservas y emisión de billetes aéreos.
- 6.11. El BSP.
- 6.12. Otros documentos y procedimientos de emisión.
- 6.13. Transporte de equipaje y animales.
- 6.14. Códigos de las principales compañías aéreas.
- 6.15. Códigos de los principales aeropuertos mundiales.
- 6.16. Terminología y códigos de uso habitual en transporte aéreo.
- 6.17. Lectura de horarios y tarifas de Amadeus.

Tema 7. La agencia de viajes como intermediaria en el transporte ferroviario.

- 7.1. Situación actual del transporte ferroviario.
- 7.2. Compañías y líneas ferroviarias.
- 7.3. El ferrocarril en España.
- 7.4. Tipos de trenes en España y sus características.
- 7.5. Trenes internacionales.
- 7.6. Relaciones de RENFE con las Agencias de Viajes.

- 7.7. Guías y horarios, lectura de horarios.
- 7.8. Procedimientos de emisión de billetes.
- 7.9. Modificación de billetes.
- 7.10. Tarifas y documentos nacionales.
- 7.11. Tarifas y documentos internacionales.

Tema 8. La agencia de viajes como intermediaria en el transporte por carretera.

- 8.1. Situación actual del transporte por carretera.
- 8.2. Características de los autocares.
- 8.3. Líneas regulares de autocares nacionales e internacionales.
- 8.4. Relaciones con las Agencias de Viajes.
- 8.5. El servicio discrecional de autocares para servicios turísticos.
- 8.6. La cotización de un autocar para transporte turístico.
- 8.7. Requisitos para la circulación discrecional turística de autocares por el Extranjero.
- 8.8. Características del alquiler de automóviles.
- 8.9. Tipos de servicios.
- 8.10. Principales compañías.
- 8.11. Procedimientos de reservas.
- 8.12. Tipos de tarifas.

Tema 9. La agencia de viajes como intermediaria en el transporte acuático.

- 9.1. Situación actual del transporte acuático.
- 9.2. Peculiaridades y terminología de los barcos.
- 9.3. Principales compañías marítimas regulares y servicios que ofrecen.
- 9.4. Relaciones con las Agencias de Viajes.
- 9.5. Los cruceros.
- 9.6. Principales zonas de cruceros y peculiaridades.
- 9.7. Procedimiento para la comercialización del crucero en España.
- 9.8. Manejo de guías y folletos.
- 9.9. Emisión de billetes de transporte acuático.

Tema 10. La agencia de viajes como intermediaria en otros servicios.

- 10.1. Tipos de seguros que pueden cubrir a un viajero.
- 10.2. Prestaciones más habituales en los seguros turísticos.

- 10.3. Formas de operación de los seguros turísticos.
- 10.4. Cambio de divisas.
- 10.5. Reserva y venta de entradas a espectáculos, museos y monumentos.
- 10.6. Animación turística.
- 10.7. Otros servicios.

MÓDULO III.- LA AGENCIA DE VIAJES Y LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS. BÚSQUEDA DE EMPLEO

Tema 11. La agencia de viajes y las nuevas tecnologías.

- 11.1. INTERNET, herramienta básica para las reservas.
- 11.2. Programas informáticos de gestión de Agencias de Viajes.
- 11.3. Los GDS.
- 11.4. Amadeus.

Tema 12. Orientación Profesional y Búsqueda de Empleo

- 12.1. Elaboración de un Curriculum.
- 12.2. Búsqueda de empleo.

IV.- BIBLIOGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

- ALBERT PIÑOLE, Isabel; (1999); Gestión, productos y servicios de las Agencias de Viajes; Centro de estudios Ramón Areces; Madrid.
- FERNÁNDEZ, Carmen; BLANCO, Ana (1999); Producción y venta de servicios turísticos en agencias de viajes; Ciclos formativos FP grado superior; Hostelería y turismo; Editorial Síntesis; Madrid.
- PÉREZ I PUIG, Albert (1995); El libro del mundo de los agentes de viajes; Tomos 1, 2 y 3; Editorial Laertes; Barcelona.
- DORADO, José Antonio; CERRA, Javier (1996); Manual de recepción y atención al cliente; Editorial Síntesis; Madrid.
- GONZÁLEZ COBREROS, M^a ÁNGELES (2000); Fundamentos teóricos y gestión práctica de las agencias de viajes; Gestión Turística; Editorial Síntesis; Madrid.

- IGLESIAS TOVAR, J. Ramón (1998); Comercialización de productos y servicios turísticos; Ciclos formativos FP grado superior; Hostelería y turismo; Editorial Síntesis; Madrid.

BIBLIOGRAFÍA DE APOYO

- VOGELER RÚÍZ, C; HERNÁNDEZ ARMAND, E; (1997); Estructura y organización del mercado turístico; Centro de estudios Ramón Areces; Madrid.
- DENNIS L. FOSTER (1994); Introducción a los viajes y al turismo; Mc Graw Hill; Interamericana de México, S.A. de C.V;
- MANCINI, Marc; (2000); Cruceros: Guía sobre la industria de los cruceros; Paraninfo Thomson Learning; Madrid.

BIBLIOGRAFÍA DE CONSULTA

- BOLETINES DE ASOCIACIONES EMPRESARIALES.
- CUADERNOS DE TURISMO; Escuela Universitaria de Turismo; Universidad de Murcia.
- FOLLETOS TURÍSTICOS DE AGENCIAS DE VIAJES.
- GUÍAS DE VIAJES.
- MOITZI, Dieter; PRÉVOST, Tristan; (2001); Voyages et tourisme en ligne; La bibliothèque du web; Vectrum; París.
- REVISTAS TURÍSTICAS Y DE VIAJES: Estudios Turísticos, Spic, Agentravel, Viajar, Infortursa, Savia.

Asignatura	GESTIÓN DE ALOJAMIENTO Y RESTAURACIÓN
Código	07B4
Tipo	Obligatoria de tercer curso.
Duración	Cuatrimestral (6 créditos: 4,5 créditos teóricos y 1,5 créditos prácticos, 1^{er} cuat.)
Profesor	D. José Antonio García Ayala.
Curso académico	2010/2011

I.- OBJETIVOS

- Toma de conciencia de la dimensión, funciones y organización interna del establecimiento hotelero y de restauración con vistas a optimizar su funcionamiento desde un punto de vista técnico y multidisciplinar.
- Conocer los servicios que se pueden ofrecer al cliente en un establecimiento hotelero o extrahotelero. El alumno deberá conocer los argumentos de venta y será objetivo principal la atención al cliente.
- Comprender el funcionamiento interno de un establecimiento hotelero y sus distintos departamentos para mejorar la calidad de los servicios. Se hará especial atención a la interrelación entre los mismos.
- Posicionar a las empresas de alojamiento dentro de las *Empresas Turísticas* y del sistema económico nacional y global. Conocimiento de las cadenas hoteleras más importantes, su historia y sus características.
- Familiarizarse con la terminología técnica y ejercitar la operativa de facturación, reservas, mano corriente, y entrada y salida de clientes.
- Fomentar el conocimiento y la práctica de las nuevas tecnologías en general que afecten o puedan afectar al sector hotelero.
- Por último fomentar el conocimiento de los *Sistemas de Información Hotelera* en particular que puedan aplicarse en la industria hotelera para la mejor gestión del establecimiento hotelero.

CONOCIMIENTOS TEÓRICOS: El objetivo principal para la asignatura denominada *Gestión de Alojamientos y Restauración* es dotar al alumno de los requisitos adecuados para hacer frente a situaciones reales en el ámbito laboral; para ello se contempla que conozcan la gestión tanto interna como externa del establecimiento, así como la operativa de otras compañías estrechamente relacionadas con estas empresas.

Al finalizar el curso, el alumno conocerá desde el punto de vista teórico la documentación utilizada por los departamentos del hotel, así como la interrelación entre estos.

Del mismo modo, los estudiantes conocerán al final del curso una muestra representativa de la oferta de empresas de alojamiento y restauración actual. Se tendrá presente en todo momento el binomio “globalización – práctica de lo local” como principal característica del mercado real.

CONOCIMIENTOS PRÁCTICOS: Del total de la asignatura, un mínimo del 40% de los créditos serán prácticos. Una vez explicada la teoría, se mostrarán modelos de documentación, lectura de artículos, emisión de vídeos, supuestos prácticos,... Por otro lado, se estudiarán una aplicación informática relacionada con la industria hotelera al final del temario con el objetivo de que los alumnos apliquen la teoría estudiada a la realidad creada por un modelo informático.

II.- PLAN DIDÁCTICO

A lo largo de este curso se seguirá un método didáctico enfocado desde una triple perspectiva:

No se seguirá ningún libro de texto en concreto; sino los apuntes que los profesores confeccionen o transmitan sobre la materia con el fin de proporcionar al alumno, con cierta libertad y rigor, los conocimientos sobre la asignatura que pueden estar sujetos a cambios e innovaciones en el mercado. A lo largo de cada tema se proporcionará la bibliografía utilizada en la elaboración de los mismos.

Por otra parte se complementarán los temas con recortes de periódico, folletos, visitas y revistas de carácter científico o sectorial con el fin de ampliar conocimientos y de comprender la realidad de las empresas de alojamiento y/o restauración, tanto actual como futura; enmarcándolas dentro de las Empresas Turísticas.

Finalmente, y como ya se ha expuesto, se enfatizará especialmente en la utilización de las nuevas tecnologías y en los *Sistemas de Información Hotelera* como algo realmente indispensable para los que profesionalmente se dediquen al sector hotelero. El objetivo es la comprensión de un programa de gestión hotelera, como ejemplo de lo que en el futuro podría ser un valioso útil de trabajo. El programa utilizado será *SIHOT.PMS* cuya licencia de utilización ha sido otorgada por la empresa propietaria (GUBSE) a través de convenio firmado con ANESTUR y de curso de formación recibido por el profesor de esta asignatura.

III- CRITERIO DE EVALUACIÓN

El examen final será la culminación del proceso de aprendizaje seguido y se realizará atendiendo a la siguiente ponderación:

Un setenta y cinco por ciento de la prueba consistirá en un test con dos opciones (Verdadero – Falso) con penalización de media pregunta bien por cada error (dos por uno) en el cual se preguntará sobre los contenidos teórico – prácticos del curso.

Un veinticinco por ciento consistirá en ejercicios tipo test y prácticas.

Para superar la asignatura se deberá realizar un supuesto práctico con el programa informático *SIHOT.PMS* y tendrá lugar en fecha distinta del examen escrito. La elaboración de esta prueba será obligatoria para pasar la materia.

Será requisito fundamental que el alumno supere todas las pruebas como mínimo con un cuarenta por ciento de aciertos y la media ponderada deberá ser superior a cinco puntos sobre diez para que el alumno apruebe la asignatura. En caso de no llegar al mínimo establecido, el alumno estará suspenso a todos los efectos y deberá presentarse de toda la materia en la convocatoria siguiente.

IV.- PROGRAMA

Tema 1. La Empresa de Alojamiento: Concepto e ideas

- 1.1. Introducción.
- 1.2. Modalidades de empresas de alojamiento.
- 1.3. Asociaciones nacionales e internacionales hoteleras.
- 1.4. Organigrama ideal de un hotel “tipo” Mediano-Grande.

Tema 2. Las cadenas hoteleras

- 2.1. Estructuras financieras internacionales.
- 2.2. Las cadenas hoteleras en el mundo.
- 2.3. Estructuras organizativas de las cadenas hoteleras.
- 2.4. Sistemas más generalizados.
- 2.5. Análisis de las diez cadenas hoteleras principales.
- 2.6. Ventajas y desventajas de las cadenas hoteleras.

Tema 3. Atención al cliente

- 3.1. Cliente versus empresa.
- 3.2. La comunicación en la empresa.
- 3.3. La atención al cliente.
- 3.4. Normas generales de actuación según tipología de cliente.
- 3.5. Quejas y reclamaciones.

Tema 4. La Dirección hotelera

- 4.1. Definición, funciones y consideraciones.
- 4.2. Tipos de gestión.
- 4.3. Relaciones internas y externas.

Tema 5. Los Departamentos del Hotel

- 5.1. Las Reservas Hoteleras
 - 5.1.1. La reserva: Organización y funciones.
 - 5.1.2. Situación del departamento en el organigrama.
 - 5.1.3. Tipos de reservas.
 - 5.1.4. Problemática de las reservas.
 - 5.1.5. Tratamiento de las reservas.
 - 5.1.6. Origen de las reservas.
- 5.2. Recepción y Conserjería
 - 5.2.1. Organigrama del departamento.
 - 5.2.2. Organización y funciones
 - 5.2.3. La Mano Corriente.
 - 5.2.4. Conserjería.
 - 5.2.5. Teléfonos.
- 5.3. Pisos, Lavandería, Planchaduría y Lencería
 - 5.3.1. Organización y funciones.
 - 5.3.2. Lavandería, planchaduría y lencería.
- 5.4. Cocina, Economato y Bodega
 - 5.4.1. La cocina.
 - 5.4.2. Introducción y definición.
 - 5.4.3. Consideraciones en su proyección.
 - 5.4.4. Sistemas de conservación y frío.
- 5.5. Conservación y Mantenimiento
 - 5.5.1. Tipos de mantenimiento.
 - 5.5.2. Infraestructuras mínimas.
 - 5.5.3. Los riesgos laborales en hostelería.
 - 5.5.4. Sistemas de seguridad en la hostelería.

5.5.5. Rentabilidad de la prevención y la seguridad.

Tema 6. El Servicio de Restauración

- 6.1. Generalidades.
- 6.2. Clasificación de la oferta de alimentación y bebidas en el establecimiento hotelero.
- 6.3. Sistemas del servicio de restauración.
- 6.4. Servicio a grupos: Departamento de banquetes.
- 6.5. Los vinos.
- 6.6. Restauración extra-hotelera y sus modalidades especiales: Catering, colectividades y nuevos hábitos alimentarios.

Tema 7. Administración y Contabilidad. Presupuestos, control presupuestario y Análisis de Resultados

- 7.1. Conceptos básicos y principales cuentas.
- 7.2. Concepto y Clasificación de los presupuestos.
- 7.3. Proceso de elaboración de los presupuestos a doce meses.
- 7.4. Control de los presupuestos.
- 7.5. Análisis de resultados. Ratios.

Tema 8. Comercialización Hotelera

- 8.1. Captación de clientes.
- 8.2. Instalaciones complementarias.
- 8.3. Promoción.
- 8.4. Relaciones Públicas.

Tema 9. El Sistema de Calidad en el Sector Hotelero

- 9.1. Orígenes y finalidades.
- 9.2. Características del Plan de Calidad.
- 9.3. El Sistema de Calidad.
- 9.4. Resultados de la Implantación del Sistema de Calidad.

Tema 10. El Yield Management

- 10.1. Concepto y origen.
- 10.2. Principales Instrumentos.
- 10.3. Desarrollo y puesta en funcionamiento del "Yield Management".

Tema 11. Las Nuevas Tecnologías en la Industria Hotelera

11.1. Internet en la Industria Hotelera

- 11.1.1. Internet, soporte publicitario para el hotel.
- 11.1.2. El hotel *on-line*.
- 11.1.3. Centrales de reservas a través de Internet.
- 11.1.4. El correo electrónico.

11.2. Los Sistemas de Información Hotelera

- 11.2.1. Paquetes informáticos de gestión hotelera.
- 11.2.2. Ejemplo práctico: Manejo de SIHOT.PMS.

V.- BIBLIOGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

- CERRA CULEBRAS, Javier; (1992); Gestión de producción de alojamientos y restauración; Editorial Síntesis; Madrid.
- DORADO, JA; CERRA, J (1996); Manual de recepción y atención al cliente; Editorial Síntesis; Madrid.
- ISMAIL, Ahmed; (2001); Operaciones y procesos hoteleros; Gestión del alojamiento; Paraninfo Thomson Learning; Madrid.
- JIMÉNEZ GARAY; M.I.; (2000); Regiduría de pisos; Paraninfo Thomson Learning; Hostelería y Turismo; Madrid.
- MARTORELL CUNILL, O (2002); Cadenas hoteleras. Análisis del Top 10; Ariel Turismo; Barcelona.
- MESTRES SOLER, Juan (1999); Técnicas de Gestión y Dirección Hotelera; Gestión 2000; Barcelona.
- WEISSINGER, Suzanne S.; Introducción a las actividades hoteleras; Gestión del alojamiento; Paraninfo Thomson Learning; Madrid.

BIBLIOGRAFÍA DE APOYO

- BAYÓN MARINE, F (1992); Competencias en materia de turismo; Biblioteca jurídica de Turismo; Editorial Síntesis; Madrid.
- BAYÓN MARINE, F (1992); Ordenación de alojamientos y restauración; Biblioteca jurídica de Turismo; Editorial Síntesis; Madrid.

- GUEVARA PLAZA, A; et al; (1997); A; Internet y turismo; Editorial Miramar; Divulgación; Málaga
- MUÑOZ RAMOS, J.; ÁVILA GRANADOS, J.; (2001); Todos los vinos del mundo; Editorial Planeta; Barcelona.
- MILIO, Isabel; (2000); Organización y control del alojamiento; Gestión del alojamiento; Paraninfo Thomson Learning; Hostelería y Turismo; Madrid.
- RAMÍREZ CAVASSA; (1990); Hoteles. Gerencia, seguridad y mantenimiento; Serie Trillas Turismo; México.
- VOGELER RUÍZ, C; HERNÁNDEZ ARMAND, E; (1997); Estructura y organización del mercado turístico; Centro de estudios Ramón Areces; Madrid.

BIBLIOGRAFÍA DE CONSULTA

- Boletines de asociaciones empresariales.
- Cuadernos de turismo; Escuela Universitaria de Turismo; UMU; Murcia.

Asignatura	ESTRUCTURA DEL MERCADO TURÍSTICO DE LA REGIÓN DE MURCIA
Código	07B4
Tipo	Obligatoria de tercer curso.
Duración	Cuatrimestral (4,5 créditos: 3 créditos teóricos y 1,5 créditos prácticos, 2º cuat.)
Profesora	D. Enrique Hernández Armand.
Curso académico	2010/2011

I.-OBJETIVOS

El fin perseguido con esta asignatura es que el alumno conozca perfectamente el Turismo tal y como se desarrolla en la Región de Murcia. Para ello se estima necesario conocer, en primer término, las cifras estadísticas del turismo regional, tanto receptor como emisor, así como las relativas a la oferta, que den al alumno una visión global de la situación actual. Y, en segundo lugar, el análisis de las infraestructuras del transporte, la administración regional turística, las empresas y los principales recursos de que se dispone.

II . -PLAN DIDÁCTICO

La asignatura se explicará sobre apuntes fotocopiados y textos que el profesor entregará a los alumnos y sobre los cuales se realizarán determinadas actividades prácticas, tales como análisis de estadísticas, noticias de prensa, exposición de transparencias y vídeos y visita a determinadas páginas web regionales que se consideran imprescindibles para conocer el turismo regional.

III.- CRITERIO DE EVALUACIÓN

Para determinar la aptitud de los alumnos se realizará un único examen final, dividido en dos partes. La primera consistirá en contestar preguntas breves y supondrá el 50% de la calificación. La segunda parte consiste en un examen de tipo objetivo, con preguntas del tipo "Verdadero" o "Falso" que supone el 50% restante de la calificación. En estas últimas existirá la penalización de restar una pregunta acertada por cada dos falladas.

Dado que la asignatura tiene también su parte práctica, para aprobar el examen es requisito imprescindible que el alumno tenga superadas, al menos, el 70% de las prácticas que se realizarán en clase. Estas serán calificadas y otorgarán, como máximo, dos puntos para la nota final del examen.

IV.-PROGRAMA

Tema 1. El Turismo en la Región De Murcia

- 1.1. Pasado, presente y futuro del turismo en la Región de Murcia
- 1.2. Turismo receptivo

- 1.3. Turismo emisor
- 1.4. Estadísticas de oferta.

Tema 2. La Administración y la Legislación Turísticas

- 2.1. La Consejería de Turismo, Comercio y Consumo
- 2.2. Financiación pública del turismo
- 2.3. Administración Local
- 2.4. Empresas turísticas públicas
- 2.5. Legislación turística

Tema 3. La Planificación del Turismo en la Región de Murcia

- 3.1. Introducción
- 3.2. Plan de Fomento del Turismo
- 3.3. Directrices y Plan de Ordenación del Litoral
- 3.4. Proyectos Turísticos Integrados
- 3.5. Planes de Dinamización y Excelencia
- 3.6. Otros Planes
- 3.7. La Planificación Urbanística

Tema 4. Las Infraestructuras del Transporte en la Región De Murcia

- 4.1. Carreteras de la Región de Murcia
- 4.2. El Ferrocarril
- 4.3. Aeropuertos
- 4.4. Puertos

Tema 5. Recursos Turísticos

- 5.1. Convenciones y Congresos
- 5.2. Fiestas de Interés Turístico
- 5.3. Casinos
- 5.4. Turismo de Salud
- 5.5. Medio ambiente
- 5.6. Museos
- 5.7. El litoral
- 5.8. Patrimonio artístico y monumental

V.- BIBLIOGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

- Revista Cuadernos de Turismo. Escuela Universitaria de Turismo de Murcia. Números 1, 2 y 3
- Colino Sueiras, J., "Estructura económica de la Región de Murcia". Cívitas, 1993.

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

- Vogeler Ruiz, C. y Hernández Armand E., "El Mercado Turístico. Estructura, Operaciones y Procesos de Producción". Ed. CERA. Madrid, 2000.



Asignatura	INFORMADOR TURÍSTICO DE LA REGIÓN DE MURCIA
Código	06B3
Tipo	Optativa de tercer curso.
Duración	Cuatrimestral (4,5 créditos)
Profesora	Dña. Mercedes Millán Escriche.
Curso académico	2010/2011

I.- OBJETIVOS

Poner al alcance de los alumnos aquellos conocimientos que, en vistas a un futuro profesional, sean la base para identificar los recursos de la Región de Murcia susceptibles de aprovechamiento turístico.

Aproximar al alumno el entorno en el que vive para aprender a comprenderlo y valorarlo por su significación intrínseca, así como por su papel de soporte y fundamento en los conocimientos que debe adquirir un informador turístico.

Proporcionar los instrumentos de análisis que permitan enriquecer la formación personal y el respeto al patrimonio natural y humano, como aspectos que deberá incorporar en su futuro profesional.

II.- PLAN DIDÁCTICO

Destacar los aspectos relevantes de las Técnicas de Información Turística para la Región de Murcia.

Identificar y valorar críticamente los rasgos distintivos de la Región de Murcia, en términos geográficos, históricos y socioeconómicos, con un perfil diacrónico y actualizado.

Estudiar los distintos aspectos que han intervenido en la configuración actual de la Región de Murcia, desde los procesos que rigen los cambios sociales en el tiempo, a las personas y cargos más relevantes que los han conducido a lo largo de la Historia.

Llegar a apreciar los rasgos singulares que configuran las tradiciones, costumbres y el bagaje cultural de la Región, así como su interrelación con los de otras comunidades.

III.- CRITERIO DE EVALUACIÓN

Evaluación continuada y personalizada de contenidos, procedimientos y actitudes, a través de:

- 1.- Participación en debates y seminarios.
- 2.- Seguimiento puntual de las prácticas.
- 3.- Entrega de los trabajos prácticos.
- 4.- Ejercicio final escrito respecto a los contenidos.

La valoración será la siguiente:

Ejercicio escrito hasta 8 puntos

Prácticas y trabajos hasta 2 puntos

Para hacer el ejercicio escrito se considera requisito imprescindible haber realizado al menos el 50% de las prácticas. El incumplimiento de estos requisitos conducirá a no superar la asignatura.

Los trabajos prácticos del curso tienen como objetivo: conocer el territorio y su historia y poner en valor los recursos turísticos de los diferentes espacios de la Región de Murcia que configuran sus grandes rutas turísticas. Podrá elegirse entre dos modalidades:

a) Síntesis histórica

Consistente en confeccionar un atlas histórico de la Región en el que se reflejen sus acontecimientos históricos más significativos y sean plasmados en la correspondiente cartografía.

b) síntesis geográfica

Se elaborará un mapa que ponga de manifiesto aquellos aspectos geográficos más relevantes de la Región de Murcia.

Cualquiera que sea la opción elegida deberá entregarse en la fecha que quedará establecida en la presentación de la asignatura a los alumnos/as.

SALIDAS: Se contemplan como apoyo de la acción formativa y estarán condicionadas por las programaciones de diferentes entidades u organismos para el periodo de desarrollo de la asignatura.

IV.- PROGRAMA

BLOQUE I

1. Técnicas de Información Turística en la Región de Murcia
2. La profesión de informador turístico
3. Recursos del informador turístico

BLOQUE II (HUMANIDADES)

a) El marco geográfico de la Región de Murcia.

Tema 1. El relieve de la Región de Murcia

- 1.1. Localización geográfica.
- 1.2. Grandes Unidades Morfoestructurales.
- 1.3. Topografía

Tema 2. El Litoral y las aguas continentales

2.1. Diferenciación de ambientes geomorfológicos y sectores de la plataforma litoral murciana según su tipología. Factores del modelado.

2.2. Clasificación de costas.

2.3. La cuenca del Segura: El Segura y sus afluentes. Otros tipos de cursos.

Tema 3. Rasgos climáticos

3.1. Factores y elementos del clima.

3.2. Tipos de clima.

b) Historia de la Región de Murcia

Tema 4. Antecedentes.

4.1. Aspectos significativos de la Prehistoria: principales enclaves.

4.2. Las colonizaciones mediterráneas.

Tema 5.- Siglos VIII al XV

5.1. La Murcia Islámica

5.2. Alfonso X y la Baja Edad Media

5.3. El resurgir del siglo XV.

Tema 6.- Siglos XVI al XIX.

6.1. El Reino de Murcia en los siglos XVI y XVII

6.2. Las contradicciones del crecimiento.

6.3. La crisis del S. XVII

6.4. Las transformaciones del S. XVIII

6.5. La modernización de las instituciones políticas en el siglo XIX.

Tema 7.- El lento camino hacia la democracia.

7.1. Las transformaciones socioeconómicas.

7.2. El avance de la sociedad capitalista (1850-1939).

7.3. El lento camino hacia la democracia

7.4. La Región de Murcia en la España de las autonomías.

c) Aspectos económicos, sociales y culturales de la Región de Murcia.

Tema 8. Demografía.

8.1. Estructura de la población: causas y efectos.

8.2. Población urbana: características

8.3. Población rural: características.

Tema 9.- La sociedad murciana.

9.1. Arte, Artesanía, Gastronomía y Folklore

9.2. Fiestas de interés turístico.

9.3. Manifestaciones culturales más importantes: Auroros, Trovo, Semana Santa, etc.

Tema 10. Actividades económicas de la Región de Murcia.

10.1. Agricultura: cultivos y aprovechamientos.

10.2. Ganadería y Pesca.

10.3. Industria y Comercio.

10.4. El agua como factor productivo.

Tema 11- Principales ejes de comunicación y medios de transporte.

11.1. Vertebración del territorio.

NOTA: El resultado de las características geográficas y de la Historia de este territorio, se manifiesta en forma de recursos que pueden ser susceptibles de aprovechamiento turístico. Este patrimonio natural y cultural servirá como base para las prácticas a realizar en cada uno de los bloques.

V.- BIBLIOGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

- AA. VV. (1989): *Historia de la Región de Murcia*. Ediciones Mediterráneo.
- AA. VV. (1990): *La Región de Murcia y su Naturaleza*. Edita "La Opinión"
- AA. VV. (1991): *Atlas Región de Murcia*. La Opinión de Murcia S. A.
- DERRUAU, M. (1990): *Las formas del relieve terrestre* (nociones de Geomorfología). Masson S. A.
- GONZALEZ ORTIZ, J. L. (1999): *Geografía de la Región de Murcia*. Editora Regional de Murcia.
- LÓPEZ BERMUDEZ, F.; CALVO GARCIA-TORNEL F. y MORALES GIL, A. (1986): *Geografía de la Región de Murcia*. Ketrés Editora. Barcelona.
- MERINO ALVAREZ, A., (1981): *Geografía histórica de la provincia de Murcia*. Academia Alfonso X El Sabio. Murcia.
- PEREZ PICAZO, M. T. y LEMEUNIER, G., (1984): *El proceso de modernización de la Región de Murcia S. XVI-XIX*. Consejería de Cultura y Educación. Comunidad Autónoma de la Región de Murcia.
- RODRÍGUEZ LLOPIS, M. (1999): *Historia de la Región de Murcia*. Editora Regional de Murcia, Dirección General de Cultura.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTARIA

- MILLAN ESCRICHE, M. (1998): "Proceso de urbanización y cambio demográfico en el litoral murciano (1960-1991)". *Cuadernos de Turismo* Nº 2, pp. 127-145.
- MILLAN ESCRICHE, M. (1999): "Medio físico y turismo rural: una aportación para los informadores turísticos". *Cuadernos de Turismo*. Nº 3, pp. 93-114
- MILLAN ESCRICHE, M. (2000): "Notas para la catalogación como municipios turísticos en el interior de la Región de Murcia". *Cuadernos de Turismo* nº 5. Pp. 87-104.
- MILLAN ESCRICHE, M. (2001): "Interrelación entre la actividad turística y los espacios naturales protegidos". *Cuadernos de Turismo* nº 7, pp.93-110.
- MILLÁN ESCRICHE, M. (2004): "Turismo en la Región de Murcia: Evolución de la oferta turística de interior y su distribución espacial". *Cuadernos de Turismo* nº 13, Pp.51-72.
- MILLÁN ESCRICHE, M. (2004): "Ocio y Turismo en la Región de Murcia. Alternativas para su diversificación" *Cuadernos de Turismo* nº 14, pp. 113-175.
- MILLÁN ESCRICHE, M. (2005): "Marina de Cope (Murcia), ¿una Actuación de Interés Regional? En *Planificación Integral del Territorio y el Turismo. Para una nueva cultura del Turismo*. Palma de Mallorca (En prensa)
- MILLAN ESCRICHE, M. (2005): "El Desarrollo Sostenible como estrategia: la Red Verde Mediterránea en la Región de Murcia". *8º Congreso de Turismo Universidad y Empresa*
- MILLÁN ESCRICHE, M. (2006): "Innovación del modelo turístico de Cartagena: una oportunidad para la calificación y diversificación del destino". *9º Congreso Universidad y Empresa*.
- MILLÁN ESCRICHE, M. (2006): "Nuevo Urbanismo en la ciudad de Murcia" *Papeles de Geografía* nº 44, pp. 73-94.

Asignatura	PAQUETES TURÍSTICOS
Código	06B4
Tipo	Optativa de tercer curso.
Duración	Cuatrimestral (4,5 créditos: 3 créditos teóricos y 1,5 créditos prácticos, 2º cuat.)
Profesores	D. Luis Hernández Armand. D. Enrique Hernández Armand.
Curso académico	2010/2011

I.- OBJETIVOS

La intención de la asignatura es que el alumno conozca detalladamente la forma en la cual se elaboran los viajes combinados así como la legislación que les es aplicable, en especial la Ley de Viajes Combinados. El alumno, al finalizar el curso, debe dominar las técnicas empresariales de elaboración de paquetes, siguiendo todos los procesos necesarios para ello, así como la reglamentación sobre los mismos y los derechos del usuario-turista.

II.- PLAN DIDÁCTICO

La exposición de las clases será mixta, con contenidos teóricos y prácticos. Sobre cada tema el profesor entregará documentación (folletos, documentación interna de las agencias, billetes, etc). Se explicará teórica y prácticamente todo el proceso de fabricación de viajes combinados. En la segunda parte de la asignatura se analizará teóricamente la reglamentación sobre el particular y se realizarán en clase casos prácticos a resolver por el alumno.

III.- EVALUACIÓN

La asignatura consta, de una parte teórica y otra práctica. La parte teórica será objeto de un examen final en el que se combinarán el test, preguntas breves y un caso práctico a resolver utilizando textos legales. La puntuación se obtendrá otorgando un 70% a la primera parte y un 30% al ejercicio, teniendo en cuenta que las preguntas tipo test penalizan 2 x 1.

La parte práctica consistirá en realizar y entregar al profesor un viaje combinado elaborado por el alumno, de acuerdo con los criterios previamente expuestos por el profesor. Además, el alumno deberá realizar y entregar al profesor el 70% al menos de los casos prácticos propuestos en clase. No podrá aprobarse la asignatura si no se entrega el viaje combinado y los casos prácticos.

IV. PROGRAMA

Tema 1. Fabricación de viajes combinados

1.1. Proceso de fabricación de los paquetes

- 1.2. Folletos
- 1.3. Realización práctica de los paquetes

Tema 2. Antecedentes normativos del contrato de viaje combinado

- 2.1. En el ordenamiento jurídico español
- 2.2. Directiva del Consejo de 13 de Junio de 1990 (90/314 CEE)

Tema 3. Elementos subjetivos y objetivos del contrato

- 3.1. El objeto del contrato
- 3.2. Sujetos que intervienen
- 3.3. Naturaleza, caracteres y perfección del contrato

Tema 4. Derechos y obligaciones de las partes

- 4.1. Preparación y ejecución del contrato
- 4.2. Asistencia al viajero
- 4.3. Obligación de información
- 4.4. Pago del precio
- 4.5. Otras obligaciones y cargas del consumidor
- 4.6. Confirmación y cesión de la reserva

Tema 5. Modificación del contrato antes del inicio del viaje

- 5.1. Revisión del precio
- 5.2. Modificación de elementos esenciales del contrato

Tema 6. Resolución del contrato y cancelación del viaje antes de su inicio

- 6.1. Resolución del contrato por el consumidor
- 6.2. Cancelación del viaje por el organizador
- 6.3. Desistimiento del consumidor

Tema 7. Viaje defectuoso. Prescripción y garantías

- 7.1. Principios generales
- 7.2. Responsabilidad por daños
- 7.3. La no prestación de una parte importante de los servicios contratados después de iniciado el viaje.
- 7.4. La prestación defectuosa de los servicios comprometidos
- 7.5. Prescripción de las acciones
- 7.6. Garantía de responsabilidad de organizador y detallista.

V.- BIBLIOGRAFIA

- Gómez Calle, Esther. *El contrato de Viaje Combinado*. Cívitas. Madrid 1998
- García Rubio, María Paz: *La responsabilidad contractual de las Agencias de Viaje*. Montecorvo. Madrid 1999.
- De La Haza Díaz, Pilar: *El Contrato de Viaje Combinado. La Responsabilidad de las Agencias de Viaje*. Marcial Pons. Madrid 1997.



Asignatura	TURISMO COMPLEMENTARIO
Código	06B5
Tipo	Optativa de tercer curso.
Duración	Cuatrimestral (4,5 créditos: 3 créditos teóricos y 1,5 créditos prácticos, 1^{er} cuat.)
Profesora	Dña. Mercedes Millán Escriche.
Curso académico	2010/2011

I.- OBJETIVOS

La asignatura pretende descubrir al alumno las numerosas posibilidades que se abren a los destinos turísticos y a la actividad turística en general, cuando se consigue diversificar la oferta a través de productos de calidad y son gestionados bajo criterios de sostenibilidad.

Con este fin en la asignatura se definirán, por una parte, las particularidades de cada producto, los recursos en los que se sustenta, y, por otra parte, se irán valorando todos en conjunto, por entender que no son excluyentes y que un mismo turista puede demandar actividades complementarias a las que le ofrece el producto que ha motivado su decisión de hacer turismo.

II.- PLAN DIDÁCTICO

Identificar los mecanismos y valores básicos que rigen el funcionamiento de los diferentes subsectores turísticos, estudiar su problemática y formarse un juicio personal, crítico y razonado.

Definir los productos analizados y estudiar aquellos aspectos que interrelacionan el desarrollo de los diferentes productos con el fin de optimizar los esfuerzos de promoción y comercialización.

Interesa conseguir un aprendizaje significativo que se apoye, en mayor medida, en la comprensión y explicación que en técnicas memorísticas. De igual modo se pretende lograr que el alumno domine los conceptos y definiciones manejados en turismo y, particularmente, los que resultan propios a cada uno de los productos analizados en la asignatura, así como valorar las potencialidades que ofrece el medio que nos rodea y las consecuencias de una presencia humana continuada a lo largo de los siglos, como base para la expansión del turismo.

III.- CRITERIO DE EVALUACION

Será continua y personalizada sobre conceptos, procedimientos y actitudes: participación en debates, exposición y entrega de trabajos, seguimiento de la asignatura y ejercicio escrito final.

La valoración: **ejercicio escrito 8 puntos, Prácticas 2 puntos.**

Para hacer el ejercicio escrito se considera requisito imprescindible haber realizado al menos el 50% de las prácticas.

IV.- PROGRAMA

Tema1. Definición y creación de imagen en los productos de turismo alternativo.

- 1.1. Caracterización
- 1.2. Del turismo de masas, a la calidad como imagen turística.
 - 1.2.1. Sistemas de Calidad Turística Española

Tema 2. Turismo de Salud/Termal/Belleza

- 2.1. Definición del producto
- 2.2. Evolución del Turismo de Salud/Termal.
- 2.3. Nuevas perspectivas del producto.
- 2.4. Diferenciación de establecimientos según características y aplicaciones.

Tema 3. Turismo Ecológico (Ecoturismo)

- 3.1. Aproximación conceptual al Ecoturismo
- 3.2. Desarrollo turístico sostenible.
- 3.3. Técnicas de valoración de los espacios:
 - 3.3.1. Valor ecológico
 - 3.3.2. Valor paisajístico.
- 3.4. Interrelación entre la actividad turística y los Espacios Naturales Protegidos.
 - 3.4.1. La conservación. Antecedentes y evolución.
 - 3.4.2. Tipologías de Espacios Naturales Protegidos.

Tema 4. Turismo Activo/Deportivo

- 4.1. Definición del producto
- 4.2. El producto y los elementos

4.3. Tipologías

Tema 5. Turismo de Peregrinaciones-Religioso

5.1. Aproximación conceptual.

5.2. Introducción: las peregrinaciones, antecedentes y evolución.

5.3. El Camino de Santiago: paradigma de las peregrinaciones españolas.

5.4. Lugares emblemáticos del turismo de peregrinaciones-religioso. Atención preferente al caso de Caravaca de la Cruz.

Tema 6. Turismo Cultural

6.1. Principios del Turismo Cultural

6.2. Interacción dinámica entre Turismo Cultural y Patrimonio.

6.2.1. Análisis conceptual de: Patrimonio histórico, Patrimonio cultural, Patrimonio de la Humanidad y Patrimonio ambiental

6.3. Turismo Cultural en España: especial referencia a la Región de Murcia.

6.3.1. Tendencias en la conservación del Patrimonio: aspectos generales de la normativa internacional, de la Unión Europea, nacional y de la Región de Murcia.

Tema 7. Turismo Relacional/ de Congresos:

7.1. Turismo de ciudad: aproximación conceptual

7.2. Subsectores de turismo urbano de relación:

7.2.1. Turismo de congresos.

7.2.2. Turismo de negocios

Tema 8. Turismo Rural

8.1. El territorio del Turismo Rural

8.2. Definición e imagen del producto Turismo Rural

8.3. Planificación del Turismo Rural

8.3.1. Planificación Estratégica

8.3.2. Planificación Operativa

PRACTICAS DE LA ASIGNATURA:

Tema 1. Investigación de las funciones realizadas por los diferentes consorcios de turismo existentes en la Región de Murcia.

Tema 2. Práctica con material audiovisual.

Tema 3. Análisis de la Red Verde Mediterránea en la Región de Murcia como caso práctico de Ecoturismo.

Tema 4. Práctica con material audiovisual.

Tema 5. Seminario sobre Caravaca de la Cruz

Tema 6. Lecturas y debate sobre el Patrimonio de la Humanidad de la Región de Murcia.

Tema 7. Estudio de casos: Murcia ciudad de Congresos y Yecla, ciudad de negocios.

Tema 8. Observación de la aplicabilidad de los contenidos teóricos en un establecimiento de Turismo Rural.

V.- BIBLIOGRAFIA

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

- AGUILAR ROSSEL, Y.; etc. atl.. (1999): "Turismo de reuniones: ferias, work-shops, Congresos e incentivos". En: *50 años del turismo español. Un análisis histórico y estructural*. Ed. Ramón Areces. Madrid. pp. 673-700.
- BLANQUER, D. (Director): (2005): *Salud, Deporte y Turismo*. En 7º Congreso de Turismo Universidad y Empresa. Tirant Lo Blanch, Valencia, 438 pp.
- FERNÁNDEZ TABALES, A. Y SANTOS PAVÓN, E. (2000): "El turismo urbano monumental/cultural en Andalucía: evolución reciente y diagnóstico de las fortalezas y debilidades ante los nuevos escenarios turísticos". En *Turismo y ciudad*. Las Palmas de Gran Canaria, Ayuntamiento de Las Palmas, pp. 170-175.
- FONT SENTÍAS, J. (Coord.) (2006): *Casos de turismo cultural: de la planificación estratégica a la gestión del producto*. Barcelona. Editorial Ariel.
- INSTITUTO DE ESTUDIOS TURISTICOS. (2001). "Turismo Cultural". En: *Estudios Turísticos*. Nº. 150. 166 pp.
- AA. VV. (2005): *Turismo residencial y cambio social. Nuevas perspectivas teóricas y empíricas*. Alicante. MAZÓN, T. y ALEDO, A. (Eds.)

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

- CONEXO: Periódico para la organización de congresos, convenciones y viajes de incentivo. Grupo Nexo.

- LACOSTA ARAGÜES, A. J. (2004): "La configuración de nuevos destinos turísticos de interior en España a partir del turismo activo y de aventura (1992-2001)" *Cuadernos Geográficos de la Universidad de Granada, nº 23*, PP. 11-31
- LÓPEZ OLIVARES, D. (2003): "El desarrollo turístico integrado en los espacios rurales de interior: su aplicación al producto de salud". *Cuadernos de Turismo*, 11.
- MINISTERIO DE CULTURA (1994). *El Patrimonio de la Humanidad*. I.C.R.B.C.
- MILLAN ESCRICHE, M. (1998): "Análisis de la dinámica de un municipio impactado por el turismo rural. El ejemplo de Moratalla". *Cuadernos de Turismo*. Nº 1, pp. 99-115.
- MILLAN ESCRICHE, M. (2001): "Interrelación entre la actividad turística y los espacios naturales protegidos". *Cuadernos de Turismo nº 7* pp. 93-110. Universidad de Murcia.
- MILLÁN ESCRICHE, M. (2005): "Marina de Cope (Murcia), ¿una Actuación de Interés Regional? En *Planificación Integral del Territorio y el Turismo. Para una nueva cultura del Turismo*. Palma de Mallorca (En prensa)
- MILLÁN ESCRICHE, M. (2005): "La eclosión del Turismo Residencial en la Región de Murcia como estrategia para la diversificación funcional de su territorio". En *Turismo residencial y cambio social. Nuevas perspectivas teóricas y empíricas*. MAZÓN, T. y ALEDO, A. (Eds.), pp.139-156.
- MILLÁN ESCRICHE, M. (2006): "Innovación del modelo turístico de Cartagena: una oportunidad para la calificación y diversificación del destino". 9º Congreso Universidad y Empresa. Castellón 10, 11 y 12 de mayo de 2006.
- ROBINSON, M., BONIFACE, P. [eds.] (2002): *Tourism and cultural conflicts*. University of Northumbria: Centre for Travel and Tourism.
- UNESCO (1999). "Turismo y cultura, compañeros de ruta". En: *El Correo de la UNESCO*. Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. París.

Asignatura	GESTIÓN DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS DE SOL Y PLAYA
Código	06B6
Tipo	Optativa de tercer curso.
Duración	Cuatrimestral (4,5 créditos: 3 créditos teóricos y 1,5 créditos prácticos, 2º cuat.)
Profesora	Dña. María Dolores Ponce Sánchez.
Curso académico	2010/2011

I.-OBJETIVO

Los contenidos teórico-prácticos que configuran esta asignatura, por su carácter aplicado, pretenden aportar a los alumnos/as de esta especialidad los conocimientos y experiencias que les introduzcan en la compleja función de intervenir en el espacio litoral. Como futuros gestores de estos destinos turísticos adquirirán los conocimientos suficientes sobre áreas litorales, así como la comprensión de los conflictos que surgen al administrar estos espacios y sus recursos. Información fundamental en la toma de decisiones orientadas a recualificar productos tradicionales o conformar nuevos modelos de calidad desde un enfoque integrado y sostenido.

II.-PLAN DIDÁCTICO

El método expositivo apoyado con material visual propiciará un proceso de aprendizaje interactivo para alcanzar tanto el objetivo principal como los específicos. Las sesiones de carácter práctico estarán dedicadas a analizar sistemas completos de gestión, alguno de ellos muy cercano por lo que este ejercicio se realizará in situ. Otras prácticas, examinarán una serie de líneas estratégicas que permitirán avanzar en la búsqueda de un modelo más integrado de planificación y gestión de las áreas litorales, y la viabilidad de aplicación al litoral murciano.

III.-CRITERIO DE EVALUACIÓN

Los criterios a considerar serán: aptitud, participación e interés. Todos defendibles en pruebas objetivas como son:

--Recensiones sobre lecturas recomendadas y entrevistas al respecto (opcional, valor: hasta 1 punto)

- Trabajo de carácter aplicado en espacios litorales (valor: hasta 2 puntos)
- Ejercicio escrito (valor: hasta 8 puntos).

IV.-PROGRAMA

Tema 1. El espacio litoral.

- 1.1.- Concepto y términos para definir un espacio diferenciado.
- 1.2.- Análisis y comprensión del litoral.
- 1.3.- Problemática y necesidad de ordenación.
- 1.4.- La importancia de los límites geográficos.

Tema 2.- El paisaje litoral.

- 2.1.- Introducción.
- 2.2.- Elementos diferenciadores del espacio litoral.
- 2.3.- La playa como principal factor productivo.

Tema 3.- Diversificación y recualificación de destinos maduros

- 3.1.- Retos de los productos tradicionales.
- 3.2.- Nuevos productos turísticos de litoral: naturaleza, cultural, cruceros, náutico.

Tema 4.- Política para el litoral español. Normativa y responsabilidades.

- 4.1.- Introducción.
- 4.2.- Normativa en España y en la Región de Murcia.
- 4.3.- Principales competencias del Estado y Administraciones regionales y locales.
- 4.4.- Instrumentos estratégicos y operativos.

Tema 5.- Los aspectos económicos y financieros.

- 5.1.- Origen, destino y reparto de beneficios de las inversiones.
- 5.2.- Análisis de las inversiones.

Tema 6.- Propuestas estratégicas para mejorar el sistema de gestión de destinos de litoral.

- 6.1.- Importancia del conocimiento y la participación de agentes sociales institucionales.
- 6.2.- Posibilidades de actuación para mejorar el sistema de gestión.

V.- BIBLIOGRAFIA

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

- BARRAGAN MUÑOZ, J.M. (2004): Las áreas litorales de España Ed. Ariel. 214 pp.
- COMISIÓN EUROPEA (1999): Hacia una estrategia europea para la gestión integrada de las zonas costeras. Principios generales y opciones políticas. Luxemburgo, Comisiones Europeas, 32 p.
- PONCE SANCHEZ; M. D. (2004): El modelo turístico en los municipios marmenorenses de San Javier y San Pedro del Pinatar. Una aportación a la Geografía de la Percepción.

Servicio de Publicaciones de la Universidad de Murcia y Escuela de Turismo de Murcia. 548 p.

VI.- BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

- ANDRÉS SARASA, J.L. (2004): "Incertidumbres en el espacio agrícola y proceso urbanizador <<Resort>> en la Región de Murcia. Cuadernos de Turismo nº 14, Universidad de Murcia. Pp 7-65
- ANDRÉS SARASA, J.L. (1998): "Un complejo turístico exclusivo en Europa: La Manga Club Resort" (Murcia). Cuadernos de Turismo nº 1, Universidad de Murcia P. 147-150.
- -ANDRÉS SARASA J.L., PONCE SÁNCHEZ M.D. (2000): "Disfuncionalidades en el modelo turístico del Mar Menor" II Jornadas de Turismo y Medio Ambiente en Las Islas Baleares. Palma. Pp.21-27.
- ESPEJO MARÍN, C. (2004): "Campos de golf y medio ambiente. Una interacción Necesaria". Cuadernos de Turismo nº 14, Universidad de Murcia. pp. 67-111.
- GONZÁLEZ REVERTÉ, F. (2002): "Transformaciones urbanas y patrimonio. Opciones para los espacios turísticos y residenciales consolidados del litoral" Turismo y transformaciones urbanas en el siglo XXI. Ed. Universidad de Almería, pp 553-561.
- PONCE SÁNCHEZ, M.D. (2006): "El modelo turístico del Mar Menor: ¿reconversión o recualificación?" en Turismo y cambio territorial: ¿eclosión, aceleración, desbordamiento? IX Coloquio de Geografía del Turismo, Ocio y Recreación. Prensas Universitarias de Zaragoza. Pp. 57-583. Zaragoza.

- PONCE SANCHEZ; M. D. (2004): “La calidad ambiental como factor competitivo de los destinos tradicionales de sol y playa”. Cuadernos de turismo, nº 13; pp 91-105.
- PONCE SANCHEZ; M. D. (2004): “Percepción del modelo turístico de Sol y Playa. El caso del Mar Menor.” Papeles de Geografía, nº 39; pp 173-186. Universidad de Murcia.
- PONCE SANCHEZ; M. D. (2004): “Relación entre equipamiento de servicios y modelo turístico” Cuadernos de Turismo, nº 12; pp 151-163. Universidad de Murcia.
- VVAA (2003): Nuevas tendencias de demanda y las respuestas de la comercialización turística. VII Foro de Benidorm. Ed. Universidad Internacional Menéndez Pelayo. Soporte informático.
- VVAA (2004): Turismo: los retos de un sector estratégico. Papeles de Economía nº 102. Ed. Fundación de las Cajas de Ahorro. Madrid, 337 pp.
- YEPES PIQUERAS, V. (1999): “Las playas en la gestión sostenible del litora”. Cuadernos de Turismo nº 4, Universidad de Murcia P. 89-110.



Asignatura	HISTORIA DEL ARTE DE LA REGION DE MURCIA
Código	06N7
Tipo	Optativa de tercer curso.
Duración	Cuatrimstral (4,5 créditos: 3 créditos teóricos y 1,5 créditos prácticos, 2º cuat.)
Curso académico	2010/2011

I. -OBJETIVOS

La asignatura HISTORIA DEL ARTE DE LA REGIÓN DE MURCIA no pretende sólo agrupar y resumir los conocimientos que existen sobre esta materia, sino que quiere también ayudar a hacer comprensible la naturaleza y función del arte. Acercarnos al arte y desmenuzar el papel que desempeña y ha desempeñado en la vida del hombre, hasta saber en qué nos puede ayudar y llegar a ser realmente útil.

Si comenzamos por considerar que el arte es un modo de expresión peculiar del hombre, comprendemos que cualquier manifestación plástica (ya sea arquitectura, pintura, escultura, etc.) es el reflejo del espíritu que define y anima a una época histórica. Partiendo de esta idea, a la hora de estudiar arte es necesario conocer o aprender cuanto podamos del momento o contexto histórico, social y cultural del período en el cual esas manifestaciones tuvieron su desarrollo. En el fondo lo que se está plasmando son los pensamientos, necesidades o aspiraciones, protestas, triunfos o derrotas de la sociedad en que han nacido y se han formado los creadores de esas obras u objetos artísticos, dignos de estudio por constituir un legado cedido por generaciones precedentes.

El estudio de ese “tesoro artístico acumulado” nos transmite, como si de un libro se tratara, modos de pensamiento, pautas de comportamiento, avances y niveles técnicos; pero nos ha de llevar a una reflexión más: aunque cada civilización constituya un todo, nuestro acercamiento a ellas no debe consistir en un intento de clasificación o de aislamiento de forma contundente, pues quizá no haya un terreno donde la solidaridad y comunicación humana se aprecie de forma mas clara que en el arte. Es decir, las formas y las técnicas han circulado siempre con más rapidez y facilidad que los propios hombres. Por ejemplo, si recordamos la ruta del comercio de la seda vemos un modo sencillo por el cual Asia u Oriente introdujo en Occidente sus invenciones plásticas. Al hombre le ha gustado siempre enriquecer su repertorio de imágenes y formas, apropiándose y haciendo suyas aquellas que le llegan incluso en los soportes más frágiles (astas, marfiles, cerámicas, telas, estampas o grabados...). Normalmente siempre que nace una forma se propaga y persevera durante milenios, porque el hombre la asimila y transforma ajustándola a sus propias leyes espirituales.

Este bagaje milenario de formas que evolucionan y se transforman, además de volver cíclicamente a reutilizarse, mantiene un sustrato común que las hace



inteligibles al hombre civilizado. Un extranjero podrá no entender una lengua, pero capta enseguida una imagen. De aquí que podríamos considerar al arte como un lenguaje universal, pues aunque tenga elementos y terminología precisa que hemos de aprender, en su esencia mantiene unas estructuras o raíces básicas comunes que son captadas por todos. El desarrollo de ese sustrato comunitario, plasmado con variaciones a través de épocas y estilos, adopta características propias y diferenciadoras para cada país, y dentro de estos se alía con las peculiaridades propias que le imprimen los distintos reinos, regiones o comunidades en que el país se subdivide, confiriéndole un acento propio y peculiar que despierta el interés del turista.

Todo esto es lo que nosotros necesitamos conocer y saber utilizar a la hora de poder comunicarnos dentro de esta enriquecedora parcela turística. Hay que comprender la importancia de las manifestaciones artísticas como hecho cultural y como patrimonio fundamental de nuestra sociedad. Se impone la necesidad de apreciarlas para llegar a salvaguardarlas. Sensibilizarse con los elementos artísticos que se encuentran más cercanos a nosotros, y saber mostrarlos y explicarlos de manera satisfactoria, ha de suponer con seguridad un impulso y beneficio para la industria turística.

Conocer la riqueza artística de la Región de Murcia es una herramienta muy valiosa y necesaria para la actividad turística, y en particular para los diplomados en turismo. La oferta complementaria, que cada vez de manera más competitiva es lanzada por los distintos sectores imbricados, exige que todos los profesionales del sector tengan amplios conocimientos del patrimonio artístico y cultural. Desde que los hoteles ampliaron su oferta con excursiones dentro de la región donde se ubican, sus directores, gerentes y personal especializado deben conocer el patrimonio para poder evaluar la idoneidad de los servicios ofrecidos a sus clientes. En este sentido las agencias, especialmente aquellas que se presentan como especialistas en turismo interno, o como organizadoras de congresos o exposiciones, necesitan personal, azafatas y guías con un alto nivel de conocimientos.

Dada la fuerte demanda y crecimiento que experimenta el turismo cultural, hoy mas que nunca el guía turístico debe conocer a fondo su región y el patrimonio que en ella suscita interés. Tanto el turista interno como el que proviene de otros países reclama una serie de actividades que pueda compaginar con las horas de sol y playa. Pero es que además, dada la calidad y variedad de los bienes artísticos de la Región hemos de saber vender, y vender bien ese foco de riqueza.

II. -PLAN DIDÁCTICO

- Clases teóricas en las que se desarrollarán los temas que conforman el programa de la asignatura. Exposiciones que serán ayudadas con material visual,

diapositivas. Se facilitarán esquemas y el vocabulario que se considere necesario y esclarecedor.

- Una parte más práctica e interactiva, que se realizará mediante visitas a centros y lugares de gran interés artístico.

El alumno ha de adquirir unos conocimientos básicos sobre el desarrollo histórico y cultural experimentado por la región durante las distintas etapas evolutivas, y partiendo de las particularidades plásticas de la zona poder establecer su correspondencia con el desarrollo general del arte español, englobando así la expresión plástica propia de la región en un panorama más amplio.

III.- CRITERIO DE EVALUACIÓN

El nivel mínimo de conocimientos exigidos será una base sólida de los capítulos que integran el temario, y el reconocimiento de una parte de las diapositivas que serán proyectadas. La valoración de los conocimientos adquiridos por el alumno será realizada por uno de ambos procedimientos:

A.- Dos pruebas parciales: una a mitad del cuatrimestre y otra al final del mismo. Para la realización de la segunda prueba será preceptivo haber superado la primera. Ambas incluirán la proyección de diapositivas y una batería de preguntas relacionadas con los contenidos previamente impartidos. La asistencia a las clases, participación e interés por la materia serán tenidos en cuenta en la nota final.

B.- Examen final o prueba única: un examen final puntuable sobre 10, que constará de dos partes: el comentario de las diapositivas proyectadas y preguntas de teoría a desarrollar.

IV.- PROGRAMA

Tema 1. El Arte y la Región de Murcia

- 1.1 Introducción
- 1.2 La tradición clásica

Tema 2. De la prehistoria al mundo romano y al visigodo

- 2.1 Pintura rupestre
- 2.2 Neolítico
- 2.3 Colonizaciones mediterráneas
- 2.4 Cultura Ibérica
- 2.5 La romanización y su crisis
- 2.6 Cristianización de la región
- 2.7 Pueblos germánicos. Los visigodos

Tema 3. La Edad Media islámica

- 3.1 Introducción
- 3.2 La ciudad islámica medieval
- 3.3 La arquitectura y su relevancia
- 3.4 Otras artes

Tema 4. La Edad Media cristiana y el Gótico

- 4.1 Introducción
- 4.2 Arquitectura
- 4.3 Escultura
- 4.4 Pintura
- 4.5 Orfebrería

Tema 5. El siglo XVI y el Renacimiento

- 5.1 Introducción
- 5.2 Arquitectura
- 5.3 Escultura
- 5.4 Pintura

Tema 6. Siglos XVII y XVIII. Barroco e Ilustración

- 6.1 Introducción
- 6.2 Arquitectura
- 6.3 Escultura
- 6.4 Pintura

Tema 7. A pesar de estar situado al final del temario, este tema no ocupará un último lugar en lo que respecta a su exposición. Estamos ante un tema amplio y abierto, que será impartido paulatinamente a lo largo de todo el curso. Su realización práctica consiste en la confección de un diccionario, donde junto a un vocabulario imprescindible, se irán mostrando y explicando: ordenes, plantas, bóvedas, materiales..., compilando de este modo unas “herramientas” absolutamente necesarias para entender y poder comentar las obras de arte que encierra la región de Murcia.

V. BIBLIOGRAFÍA

- Gran Enciclopedia de la Región de Murcia, Ediciones Ayalga, 1992. Varios volúmenes.

- Enciclopedia Tierras de España, Fundación Juan March, Ed. Noguer, Madrid 1976. Tomo: Murcia, texto de D. Alfonso Pérez Sánchez.
- Enciclopedia Historia de la Región de Murcia, Ediciones Mediterráneo, 1980. Varios volúmenes.
- Baquero Almansa, A., Los profesores de las bellas artes murcianos, Ayuntamiento de Murcia 1980.
- Belda, C., Gutierrez-Cortines, C. y Hernández, E., Murcia: una mirada al arte del pasado, Barcelona, Lumverg, 1991.
- Catálogo Huellas, Exposición Catedral de Murcia 2002.
- Arte en la Región de Murcia: de la Reconquista a la Ilustración. Cristóbal Belde Navarro y Elías Hernández Albaladejo.2006.

5. CALENDARIO ACADÉMICO 2010/2011

Periodos de clases:

- 1er Cuatrimestre: desde el 22 de septiembre hasta el 16 de enero.
- 2º Cuatrimestre: desde el 9 de febrero hasta el 5 de junio.
- **Periodos de examen:**
- Período de febrero: desde 19 de enero hasta el 6 de febrero.
- Período de junio: desde el 6 de junio hasta el 30 de junio.
- Período de septiembre: desde el 1 hasta el 14 de septiembre.

Periodos vacacionales:

- **Navidad:** desde el 20 de diciembre hasta el 6 de enero.
- **Semana Santa y Fiestas de Primavera:** desde el 4 de abril hasta el 19 de abril.

Se establecen dos festividades académicas generales que serán, respectivamente, los días del Acto de Apertura del Cursos -19 de Septiembre- y 28 de enero - Santo Tomás de Aquino -. Estos días serán no lectivos e inhábiles para la actividad administrativa. Además el día 5 de Diciembre tampoco será lectivo al celebrarse el Patrón de la Escuela, San Francisco Javier.

6. CONVOCATORIA DE EXÁMENES

6.1 CONVOCATORIAS

De acuerdo con lo establecido en los Estatutos de la UMU en cada curso académico habrá tres evaluaciones globales: la de febrero, junio y septiembre.

Convocatorias asignaturas en primera matricula	
ASIGNATURAS 1 ^{ER} CUATRIMESTRE	ASIGNATURAS 2 ^º CUATRIMESTRE
El alumno puede utilizar dos de las tres convocatorias	Convocatoria de JUNIO Y SEPTIEMBRE
FEBRERO JUNIO SEPTIEMBRE	

Convocatorias asignaturas en segunda o sucesiva matricula	
ASIGNATURAS 1 ^{ER} CUAT. / ASIGNATURAS 2 ^º CUAT.	
El alumno puede utilizar las tres convocatorias FEBRERO JUNIO SEPTIEMBRE	

Los alumnos dispondrán de seis convocatorias por cada asignatura, no contabilizándose aquéllas a las que el alumno no se haya presentado.

6.2 CONVOCATORIA DE EXÁMENES

Las convocatorias de exámenes la podéis ver en la página www.eutm.es

7. INFORMACION DE INTERÉS

7.1 Formas de obtención de los créditos de libre configuración.

En la EUTM (como en el resto de Facultades y Escuelas Universitarias), es preciso obtener créditos de libre configuración para la obtención del título, que en nuestro caso son 21, de ellos 9 se cursan en segundo curso y 12 en tercero.

Las posibles **formas de obtención** de estos créditos son cinco:

1. Mediante **asignaturas optativas pertenecientes a la propia titulación**, son las siguientes:

Asignatura	Créditos	Curso
Reglamentación Laboral del Sector Turístico	4,5	2º
Gestión y Protocolo de Eventos	4,5	2º
Gestión y Creación de Pymes Turísticas	4,5	2º
Gestión de los Destinos de Turismo Rural	4,5	2º
Informador Turístico de la Región de Murcia	4,5	3º
Paquetes Turísticos	4,5	3º

Turismo Complementario	4,5	3º
Gestión de los Destinos de Sol y Playa	4,5	3º
Historia del Arte de la Región de Murcia	4,5	3º

Para poder obtener estos créditos **es preciso que el alumno, en el momento de matricularse, manifieste expresamente su deseo de cursar estas asignaturas como de libre configuración y no como optativas.**

2. Mediante **asignaturas de otras titulaciones.**

Es posible matricularse en asignaturas que se imparten en otras Facultades o Escuelas para la obtención de créditos de libre configuración. Sin embargo, esto queda sujeto a dos límites: no pueden obtenerse en asignaturas troncales u obligatorias de primer curso en titulaciones con limitación de plazas, ni sobre asignaturas que tengan contenido similar al impartido en otras de la propia EUTM. Estas últimas son las siguientes:

- Creación de Empresas (Diplomado en Ciencias Empresariales)
- Introducción al Derecho (Diplomado en Gestión y Admon. Públicas)
- Contabilidad (Diplomado en Relaciones Laborales)

No existe límite de créditos a obtener por esta vía.

3. Mediante **asignaturas específicamente dirigidas a la libre elección de los alumnos.** La Escuela ofrece la posibilidad de cursar **el tercer idioma** como libre configuración pero sólo a alumnos de la propia EUTM.

4. Mediante **cursos, seminarios y otras actividades aprobados por la Junta de Gobierno de la UMU como de libre configuración.**

Por esta vía podrá reconocerse al alumno **un máximo de SIETE** créditos. Se recomienda la consulta de la página web de la UMU (www.um.es) con el fin de conocer qué cursos llevan aparejados estos créditos.

5. Mediante **créditos por equivalencia:**

Estos créditos, en un **máximo de DIEZ**, se conceden por la Junta de Escuela previa petición del alumno por escrito y acompañando toda la documentación necesaria. Pueden obtenerse por dos vías:

a) **Mediante cursos o seminarios** impartidos por centros universitarios u otros centros oficiales, siempre que, en este último caso haya existido prueba final de



suficiencia. En todo caso, se valorará la extensión del curso y su adecuación al plan de estudios de este centro. Se concederá por esta vía **un máximo de SIETE CRÉDITOS**, a razón de uno por cada diez horas lectivas.

b) **Mediante prácticas**, que podrán realizarse en entidades públicas o privadas, siempre que exista convenio con la UMU en tal sentido y la duración de las mismas no sea inferior a dos semanas. Para poder realizar estas prácticas es preciso que el alumno tenga superado, al menos, el 50% de los créditos totales de la carrera. Se concederá un **máximo de TRES CRÉDITOS**, a razón de uno por cada 40 horas de prácticas acreditadas.

El exceso en horas de prácticas realizadas a través de la asignatura de Practicum, también podrá computarse, en los términos señalados, como créditos por equivalencia.

En resumen, los 21 créditos de libre configuración pueden obtenerse:

Hasta un máximo de 10 créditos por equivalencia:

-Cursos de la EUTM u otros centros oficiales: **máx. 7**

-Prácticas en empresas o centros oficiales: **máx. 3.**

La totalidad de los 21 créditos o el resto hasta completarlos:

-Mediante asignaturas optativas de la EUTM que el alumno curse expresamente como de libre configuración.

-Mediante asignaturas de otras titulaciones

-Mediante asignaturas ofertadas expresamente para libre configuración

-Mediante cursos de la UMU aprobados en Junta de Gobierno: **max. 7**

7.2 Becas Erasmus

Gracias al proyecto europeo ERASMUS del que forma parte la Universidad de Murcia, los alumnos de la Escuela pueden realizar estudios en diversas Universidades europeas. Las asignaturas cursadas en ellas a través de este programa pueden convalidarse por otras de la carrera.

El Coordinador ERASMUS en la EUTM es Don Pablo Ros Pérez (pabloros@um.es).

Puede obtener más información a través de la página web www.um.es/internacionales/ y en la página de la Escuela www.eutm.net.

En la Escuela existe un Becario Erasmus, que está específicamente encargado de atender las dudas de los alumnos (srituris@um.es).

Oferta de Plazas Erasmus.

Universidad	Plazas	Meses	Tutor	Idioma
Kempton, Alemania	4	9	Gisela Siebert	Alemán
Munich, Alemania	1	9	Evaristo Martínez Belchí	Alemán
Pau, Francia	2	9	Concepción Bernal Fdez.	Francés
Aquila, Italia	4	5	José A. García Ayala	Italiano
John Moores, Liverpool, Gran Bretaña	3	9	Pablo Ros Pérez	Inglés

7.3 Actividades de la Escuela

Todos los años, la EUTM celebra la **Gala del Turismo**. Está organizada principalmente por los alumnos de tercer curso y consiste en una cena de gala, a la que asisten el Padrino de la Promoción, autoridades y personalidades del turismo y, naturalmente, alumnos y profesores de la Escuela. Está amenizada con diferentes actuaciones y en ella se entregan unos premios denominados Paloma del Turismo a personas o instituciones relevantes del sector que hayan destacado en el año inmediatamente anterior.

Paralelamente, la Escuela organiza un **ciclo de conferencias** sobre materias turísticas, pronunciadas por personalidades relevantes.

En cada curso académico y como un servicio más para los alumnos matriculados en la Escuela, ésta organiza diferentes **visitas a Ferias de Turismo**. Así, a finales de Enero tiene lugar el tradicional viaje a Madrid para visitar la Feria Internacional de Turismo (FITUR). También se organiza una visita al Salón de Turismo de Torre Pacheco y, en Noviembre se visitó por segunda vez la World Travel Market, de Londres.

La **fiesta del patrón de la Escuela (San Francisco Javier)**, es otro motivo más para la celebración de diferentes actos organizados por los alumnos. En el curso 2010/2011, esta festividad se celebra el viernes 3 de diciembre.

7.4 Uso de las Instalaciones de la UMU y de la EUTM

Secretaría: ubicada en la primera planta, ofrece información al alumnado así como la tramitación de todos los expedientes académicos. Sus componentes (PAS) son los siguientes:

Jefe de Secretaría	Isabel Martínez Salinas	ims2@um.es
Auxiliar Administrativo	Onofre Martínez Salinas	otms@um.es
Auxiliar Administrativo	Rafael Hellín García	rhg@um.es
Escuela Universitaria de Turismo de Murcia		eutm@um.es

Horario	
Mañana	09.00 a 13.30 horas
Tarde	16.00 a 20.00 horas

Biblioteca: está situada en la planta baja. Su uso es libre, si bien para poder sacar libros de ella es necesario solicitarlo a su responsable.

Horario	09.00 a 14.00 horas 16.00 a 20.00 horas
----------------	--

Ordenadores conectados a Internet: situados junto a la Biblioteca, permite el uso de los ordenadores y el acceso a la red. Para su uso es necesario la solicitud correspondiente a la Bibliotecaria.

Horario	09.00 a 14.00 horas 16.00 a 20.00 horas
----------------	--

Cafetería: Situada en la planta baja. Ofrece servicio de comedor bastante económico.

Horario	08.00 a 19.00 horas
----------------	----------------------------

Delegación de Alumnos: está en la tercera planta y es utilizada por los representantes de los alumnos de la Escuela.

Secretaría Virtual: propiedad de la UMU, está ubicada en la planta baja, junto a Secretaría. A través de ella, utilizando la tarjeta inteligente, puede accederse a toda la información de la Universidad de Murcia, expedientes académicos, matriculación, etc.

Departamentos: los departamentos se encuentran en la tercera planta.