

GRADO EN TURISMO

UAB
Universitat Autònoma
de Barcelona

Gener 2026

Índice

1. Descripción, objetivos formativos y justificación del título	5
TABLA 1. Descripción del título.....	5
1.10. Justificación del interés del título	6
1.11. Objetivos formativos.....	7
1.11.a) Principales objetivos formativos del título	7
1.11.b) Objetivos formativos de las menciones o especialidades	8
1.12. Estructuras curriculares específicas y justificación de sus objetivos	9
1.13. Estrategias metodológicas de innovación docente específicas y justificación de sus objetivos.....	10
1.14. Perfiles fundamentales de egreso a los que se orientan las enseñanzas	10
1.14.bis) Actividad profesional regulada habilitada por el título	10
2. Resultados del proceso de formación y de aprendizaje	11
2.1. Conocimientos o contenidos (<i>Knowledge</i>)	11
2.2. Habilidades o destrezas (<i>Skills</i>)	11
2.3. Competencias (<i>Competences</i>).....	12
3. Admisión, reconocimiento y movilidad	12
3.1. Requisitos de acceso y procedimientos de admisión del estudiantado	12
3.1.a) Normativa y procedimiento general de acceso.....	12
3.1.b) Criterios y procedimiento de admisión a la titulación	13
3.2. Criterios para el reconocimiento y transferencias de créditos.....	13
TABLA 3. Criterios específicos para el reconocimiento de créditos	13
3.3. Procedimientos para la organización de la movilidad del estudiantado propio y de acogida	15
4. Planificación de las enseñanzas	16
4.1. Estructura básica de las enseñanzas	16
4.1.a) Resumen del plan de estudios.....	16
Tabla 4a. Resumen del plan de estudios (estructura semestral).....	16
Tabla 4b. Estructura de las menciones	17
4.1.b) Plan de estudios detallado	19

Tabla 5. Plan de estudios detallado	20
4.2. Actividades y metodologías docentes.....	47
4.2.a) Materias/asignaturas básicas, obligatorias y optativas	47
4.2.b) Prácticas académicas externas (obligatorias).....	47
4.2.c) Trabajo de fin de Grado o Máster	48
4.3. Sistemas de evaluación	49
4.3.a) Evaluación de las materias/asignaturas básicas, obligatorias y optativas.....	49
4.3.b) Evaluación de las Prácticas académicas externas (obligatorias)	50
4.3.c) Evaluación del Trabajo de fin de Grado o Máster	50
4.4. Estructuras curriculares específicas	51
5. Personal académico y de apoyo a la docencia	52
5.1. Perfil básico del profesorado	52
5.1.a) Descripción de la plantilla de profesorado del título	52
5.1.b) Estructura de profesorado	53
Tabla 6. Resumen del profesorado asignado al título	53
5.2. Perfil detallado del profesorado	53
5.2.a) Detalle del profesorado asignado al título por ámbito de conocimiento	53
Tabla 7a. Detalle del profesorado asignado al título por ámbitos de conocimiento.	53
5.2.b) Méritos docentes del profesorado no acreditado y/o méritos de investigación del profesorado no doctor	58
5.2.c) Perfil del profesorado necesario y no disponible y plan de contratación	60
5.2.d) Perfil básico de otros recursos de apoyo a la docencia necesarios	60
6. Recursos para el aprendizaje: materiales e infraestructurales, prácticas y servicios.....	60
6.1. Recursos materiales y servicios.....	60
6.2 Procedimiento para la gestión de las prácticas académicas externas.....	61
6.3. Previsión de dotación de recursos materiales y servicios.....	62
7. Calendario de implantación.....	63
7.1. Cronograma de implantación del título	63
7.2 Procedimiento de adaptación.....	63
7.3 Enseñanzas que se extinguen	63
8. Sistema Interno de Garantía de la Calidad	63

8.1. Sistema Interno de Garantía de la Calidad	63
8.2. Medios para la información pública	63
ANEXOS DE LA TITULACIÓN A LA MEMORIA RUCT	64
ANEXOS INFORMACIÓN COMPLEMENTARIA PROCESOS DE CALIDAD DE TITULACIONES UAB	68

1. DESCRIPCIÓN, OBJETIVOS FORMATIVOS Y JUSTIFICACIÓN DEL TÍTULO

TABLA 1. Descripción del título

1.1. Denominación del título	Graduado o Graduada en Turismo por la Universitat Autònoma de Barcelona
1.2. Convenio títulos conjuntos	Interuniversitario: No Nacional: No
1.2.a. Rama	Ciencias Sociales y Jurídicas
1.2.b Campo de estudio	Ciencias económicas, administración y dirección de empresas, márketing, comercio, contabilidad y turismo
Codi ISCED	1015 Viajes, turismo y ocio
1.3. Menciones y especialidades	Mención en: Gestión de Empresa Turística (48 ECTS) Mención en: Dirección de Empresa Hotelera (48 ECTS) Mención en: Marketing, Planificación y Digitalización Turística (48 ECTS) ¿Es obligatorio cursar una Mención/Especialidad?: No
1.3.b. Mención Dual	No
1.4.a) Universidad responsable	Universitat Autònoma de Barcelona
1.4.b) Universidades participantes	
1.5.a) Centro de impartición responsable	08072644 - Fundació Universitat Autònoma de Barcelona (FUABformació)
1.5.b) Centros de impartición	08072644 - Fundació Universitat Autònoma de Barcelona (FUABformació)
1.6. Modalidad de enseñanza	Presencial
1.7. Número total de créditos	240
1.8. Idiomas de impartición	Catalán 47,5% Español 30% Inglés 17,5% Otras lenguas (alemán, francés, chino) 5% Un grupo del grado se imparte 100% en lengua inglesa (a excepción de las asignaturas de lenguas extranjeras que se imparten en el idioma que corresponda 5%)
1.9.a) Oferta de plazas por modalidad*	Presencial: 160
1.9.b) Número total de plazas ofertadas en el centro	640

1.9.c) Número de plazas de nuevo ingreso para primer curso	160
1.9. d) Número de plazas según lengua	100 estudiantes correspondientes al grupo de docencia en catalán/castellano 60 estudiantes corresponden al grupo con docencia en lengua inglesa.
1.9. e) Número de plazas del itinerario de simultaneidad donde participa el título	
1.9.f) Número de plazas del itinerario académico abierto	
% plazas para personas con titulación universitaria	3% de las plazas de preinscripción (artículo 143 normativa acad. UAB)
% traslados de expedientes para personas con titulaciones universitarias españolas parciales	1-10% de las plazas ofrecidas para nuevo acceso por preinscripción universitaria (artículo 145 normativa acad. UAB)
% plazas para personas con titulaciones universitarias extranjeras parciales, o totales sin homologación ni equivalencia de sus títulos en España	1-10% de las plazas ofrecidas para nuevo acceso por preinscripción universitaria (artículo 151 normativa acad. UAB)
% plazas por cambio de estudios por interdisciplinariedad (canvi de modalitat)	Máximo 5% (artículo 158 normativa acad. UAB)

1.10. Justificación del interés del título

El turismo es una actividad clave para el desarrollo del país, tal como se desprende de las cifras publicadas por el [Instituto Nacional de Estadística \(INE\)](#) y asociaciones como la Alianza para la Excelencia Turística ([Exceltur](#)), según las cuales este representa actualmente un 12% del PIB español y casi un 12% de la población activa. Más de 2,2 millones de personas están trabajando en el sector cuya aportación económica representa más de 150.000 millones de euros.

El turismo, por tanto, ha sido y es actualmente para España y para Cataluña una actividad económica clave. Pero es innegable también la influencia que ha tenido no solo en los cambios estructurales económicos sino también en los sociales y culturales que han caracterizado a la sociedad española.

El interés académico del Turismo es innegable ya que estos estudios proporcionan una formación teórica y práctica, amplia, diversa y multidisciplinar. En ella se combinan materias de ámbitos como la gestión de empresas, geografía o el patrimonio cultural con la sostenibilidad y accesibilidad como eje transversal, a la vez que se adquieren habilidades

lingüísticas en diferentes lenguas extranjeras, competencias para la planificación, gestión e innovación de experiencias y procesos turísticos con una visión digital y de adaptación tecnológica del sector con materias instrumentales como: las técnicas de información y comunicación, la gestión de datos o la comercialización electrónica, sin olvidar las llamadas “soft skills” o habilidades blandas que nos han de permitir no olvidar la vertiente humana del sector, con la posibilidad de cursar posteriormente máster y doctorado.

Además, el estado actual de los estudios y la investigación en turismo justifica la relevancia de dicha disciplina, considerada hoy por universidades internacionales como un área legítima e importante para la docencia e investigación: universidades británicas ([Bournemouth University](#), [University of Surrey](#)), americanas ([Cornell University](#)), alemanas, ([SHR Berlin](#)), chinas ([Beijing Union University](#)) o australianas ([RMIT University](#)) etc.)

La consolidación del Turismo como ámbito científico está avalada por la existencia de una [comunidad científica amplia y productiva](#), por la existencia de revistas y de agrupaciones de revistas específicas en las principales bases de datos de impacto, además de congresos académicos internacionales de relevancia, de grupos de investigación consolidados y la existencia de un ámbito específico de turismo en los principales rankings universitarios como el QS o el de la Universidad de Shanghái.

El posicionamiento de España en la disciplina en turismo es también muy relevante. El número de universidades españolas posicionadas entre las 100 primeras posiciones en los [rankings específicos](#) de turismo es relevante en términos relativos y el número de publicaciones en la disciplina sitúa [al sistema científico español en turismo como el quinto del mundo y el segundo de Europa](#). Asimilando, por tanto, el nivel académico y de investigación en turismo en España en una de las posiciones de liderazgo internacional.

A partir del análisis de las aportaciones de los grupos de interés (alumnado, profesorado, egresados y empleadores) obtenidas en el seguimiento y acreditación de la titulación, así como en el proceso de análisis de estas a nivel estatal realizado por la [Conferencia española de decanas y decanos de Turismo](#) y con especial atención a las necesidades de la sociedad y del escenario en crecimiento, pero a la vez complejo y cambiante que hemos comentado, se deriva la necesidad de alumnado preparado para dar respuesta a estos nuevos retos que ha de proporcionar el Grado en Turismo.

En respuesta a las necesidades que deben cubrir los futuros profesionales manifestadas por los diferentes agentes del sector, el centro desarrolla uno de sus grupos de Grado en Turismo íntegramente en lengua inglesa. Esta iniciativa no solo fortalece las habilidades de comunicación lingüística, el dominio del vocabulario especializado y un mejor desarrollo en entornos multiculturales, sino que también potencia la empleabilidad de los graduados tanto en un mercado laboral nacional como internacional.

1.11. Objetivos formativos

1.11.a) Principales objetivos formativos del título

El Grado en Turismo tiene como finalidad proporcionar al estudiantado una formación académica y profesionalizadora orientada al conocimiento general del turismo y a la especialización en los ámbitos de la gestión y la planificación turística, desde una perspectiva global e internacional.

Con este objetivo general, se definen los siguientes objetivos específicos:

1. Proporcionar una formación teórica y práctica de carácter interdisciplinar que permita gestionar de manera eficiente el sector turístico en organizaciones de carácter público y privado.
2. Capacitar para el ejercicio profesional especializado en la dirección, gestión y planificación de organizaciones, actividades, destinos, recursos y experiencias turísticas.
3. Formar al estudiantado en el análisis crítico de las características y condiciones de la actividad turística, teniendo en cuenta su carácter dinámico y su evolución en un contexto marcado por:
 - la transformación digital,
 - la innovación,
 - la exigencia de calidad,
 - la sostenibilidad,
 - el desarrollo económico y social,
 - y una creciente internacionalización del sector.
4. Desarrollar competencias para la toma de decisiones en entornos complejos y cambiantes, fomentando la creatividad y el liderazgo.
5. Asegurar el dominio de habilidades instrumentales relacionadas con la gestión de datos y el uso de técnicas de comunicación en contextos culturales y lingüísticos diversos.

1.11.b) Objetivos formativos de las menciones o especialidades

Objetivos formativos de las menciones del título

Con el objetivo de responder a la diversidad de entidades y empresas turísticas, a la segmentación en niveles de responsabilidad profesional en las organizaciones turísticas, y a la necesidad de una formación especializada en la gestión de empresas y la planificación del turismo, el Grado en Turismo ofrece tres menciones diferenciadas:

Mención en Gestión de Empresa Turística: Esta mención tiene como finalidad proporcionar al estudiantado una comprensión integral de la estructura y el funcionamiento de las empresas y entidades turísticas, capacitando para su dirección, gestión y administración. En particular, se persigue:

1. Adquirir conocimientos avanzados en la gestión y planificación de empresas y organizaciones del sector turístico.
2. Desarrollar competencias específicas en la dirección de una tipología diversa de empresas dentro del sector turístico (empresas de eventos, distribución turística, transportes, ámbito cultural y enológico, etc.).
3. Aplicar estrategias de gestión centradas en la calidad, la innovación y la sostenibilidad en la industria turística.

Mención en Dirección de Empresas Hoteleras: Esta mención está orientada a la especialización en la dirección y gestión de empresas de alojamiento turístico, proporcionando una formación basada en la práctica real y simulada. Sus objetivos específicos son:

1. Desarrollar competencias avanzadas en la dirección y gestión de establecimientos hoteleros, tanto a nivel nacional como internacional, a través de la aplicación de herramientas tecnológicas y con un enfoque práctico y experiencial.
2. Familiarizar al estudiantado con las últimas tendencias en hotelería y los modelos de negocio hotelero más innovadores.
3. Proporcionar conocimientos sobre estrategias de comunicación específicas del sector hotelero para mejorar la experiencia del cliente y la competitividad empresarial.

Mención en Marketing, Planificación y Digitalización Turística: Esta mención tiene como objetivo formar profesionales con una visión integral del marketing y la planificación en el ámbito turístico. Sus objetivos específicos incluyen:

1. Capacitar en la planificación, promoción y gestión de destinos, empresas y experiencias turísticas.
2. Desarrollar competencias digitales aplicadas al marketing turístico para la captación, fidelización y seguimiento del cliente.
3. Aplicar herramientas tecnológicas y estrategias innovadoras en el ámbito del turismo digital y la comercialización de productos y servicios turísticos.

1.12. Estructuras curriculares específicas y justificación de sus objetivos

No procede

1.13. Estrategias metodológicas de innovación docente específicas y justificación de sus objetivos

No procede

1.14. Perfiles fundamentales de egreso a los que se orientan las enseñanzas

Este grado tiene como objetivos formar profesionales con un enfoque multidisciplinar, global e internacional del sector turístico, con un conocimiento profundo de los conceptos relacionados con la planificación, comercialización y digitalización turística en referencia a la dirección y administración de empresas, recursos, destinos y experiencias turísticas. Serán capaces de aplicar los conocimientos adquiridos en la definición de objetivos, estrategias y políticas innovadoras en el sector orientadas a las personas a través de la gestión, el marketing, el liderazgo y la gestión de equipos, en medios económicos y socioculturales diferentes y con criterios de calidad y sostenibilidad turística.

Profesionales con dominio de habilidades instrumentales en el ámbito digital para seleccionar, interpretar y reflexionar sobre datos de la realidad turística, así como conocimiento de plataformas virtuales de gestión, intermediación y simulación, que fomentan la mejora y la innovación en el sector, todo ello utilizando diferentes técnicas de comunicación, en lengua propia y como mínimo en dos lenguas extranjeras que les han de permitir trabajar en diferentes contextos culturales y lingüísticos.

Los egresados del Grado en Turismo disponen de un amplio abanico de habilidades transversales que les permite tener oportunidad de profesionalizarse en diversidad de ámbitos. A la vez que podrán ampliar sus estudios a nivel de máster y de doctorado lo que permitirá el desarrollo de una carrera académica, investigadora y profesional que impulse equipos de investigadores y docentes especializados en la materia, al tiempo que fomentará el espíritu creativo y emprendedor en el sector.

1.14.bis) Actividad profesional regulada habilitada por el título

No procede

2. RESULTADOS DEL PROCESO DE FORMACIÓN Y DE APRENDIZAJE

2.1. Conocimientos o contenidos (*Knowledge*)

- KT01. Identificar los principios básicos del turismo en todas sus dimensiones y áreas, considerando su relación con la dirección y gestión de empresas e instituciones turísticas, así como sus distintos ámbitos de actuación, instrumentos y funcionamiento
- KT02. Reconocer el marco legal que regula las actividades turísticas y a las entidades que las desarrollan
- KT03. Describir los conceptos relacionados con la planificación y la comercialización de destinos, recursos y espacios turísticos, así como sus instrumentos y funcionamiento.
- KT04. Identificar las diferentes perspectivas teóricas, ideológicas y de buenas prácticas, la realidad que rodea al sector turístico
- KT05. Reconocer la relación y el impacto de los Sistemas de Información en los procesos de gestión empresarial.
- KT06. Reconocer las desigualdades por razón de sexo/género en el ámbito de las empresas turísticas

2.2. Habilidades o destrezas (*Skills*)

- ST01. Aplicar los conceptos básicos del turismo a los productos y empresas turísticas (económico-financiero, recursos humanos, política comercial, mercados, operativo y estratégico) en los diferentes ámbitos del sector.
- ST02. Analizar los elementos del sistema turístico y su interacción con el entorno, así como su impacto medioambiental, económico y social
- ST03. Emplear técnicas de comunicación interna, externa y corporativa de empresas para las comunicaciones de las organizaciones turísticas.
- ST04. Comunicarse de forma oral y escrita en una primera lengua extranjera, en una segunda y en una tercera lengua extranjera dentro del campo del turismo, así como en diferentes entornos relacionados con dicho campo
- ST05. Aplicar las herramientas de las tecnologías de la información y de la comunicación (programas de gestión de reservas, paquetes de gestión de agencias de viajes, programas de gestión hotelera, etc.) a los ámbitos de gestión, planificación y productos del sector turístico
- ST06. Analizar la dimensión económica del turismo a diferentes escalas para valorar la interrelación entre ellas.
- ST07. Analizar la información tanto cuantitativa como cualitativa relativa a la dimensión económica del sector turístico, así como de sus empresas para conocer las características de las empresas, evolución del peso del sector turístico, estudios de mercado, etc.
- ST08. Operar en equipos de trabajo multidisciplinar fomentando la empatía y creando sinergias en el trabajo en equipo a nivel del grado orientado al sector turístico.
- ST09. Demostrar orientación de servicio al cliente en el sector turístico

2.3. Competencias (*Competences*)

CT01. Proponer proyectos relacionados con el turismo, de acuerdo con los principios de responsabilidad ética y de respeto por los derechos y deberes fundamentales, la diversidad y los valores democráticos, de acuerdo con los objetivos de desarrollo sostenible.

CT02. Plantear cambios en los métodos y los procesos del sector turístico para dar respuestas innovadoras a las necesidades y demandas de la sociedad mostrando una actitud emprendedora en la creación y gestión de empresas del sector turístico, de acuerdo con los objetivos de desarrollo sostenible.

CT03. Proponer soluciones a posibles problemas en el ámbito de la gestión, la planificación y comercialización de empresas y recursos turísticos.

CT04. Actuar de manera autónoma en la gestión y evaluación del ámbito turístico aplicando los objetivos, modelos y recursos existentes.

CT05. Formular proyectos y planes de desarrollo turístico aplicados a zonas y regiones determinadas.

CT06. Generar un trabajo académico en el ámbito del sector turístico, sea un proyecto de investigación, plan de empresa o desarrollo de producto de aplicación en el sector, valorando el impacto social del mismo.

CT07. Integrar los conocimientos de manera conjunta en una práctica profesional ética, responsable, en contextos multiculturales y con perspectiva de género

3. Admisión, reconocimiento y movilidad

3.1. Requisitos de acceso y procedimientos de admisión del estudiantado

3.1.a) Normativa y procedimiento general de acceso

Acceso a los estudios de grado:

Procedimiento UAB: [Vías de acceso a los estudios y sus requisitos](#)

Acceso a los estudios de grado:

Procedimiento UAB: [Vías de acceso a los estudios y sus requisitos](#)

Normativa de la UAB aplicable a los estudios universitarios regulados de conformidad con los planes de estudios regulados por el RD 822/2021

Título II. Acceso y admisión

Capítulo I. Enseñanzas de grado

Sección 1a. Disposiciones generales

Artículo 123. Ámbito de aplicación

1. El objeto de este capítulo es regular las condiciones para el acceso y la admisión a las titulaciones de grado de la UAB, en desarrollo del contenido del Real Decreto 534/2024, de 11 de junio, por el

que se regulan los requisitos de acceso a las enseñanzas universitarias oficiales de Grado, las características básicas de la prueba de acceso y la normativa básica de los procedimientos de admisión.

2. Pueden ser admitidas a las titulaciones de grado de la UAB, en las condiciones que se determinan en este capítulo y en la legislación de rango superior, las personas que reúnan alguno de los requisitos establecidos en los artículos 4 a 8 del RD 534/2024.

3. Todos los preceptos de este capítulo se interpretan adoptando como principios fundamentales la igualdad, el mérito y la capacidad.

3.1.b) Criterios y procedimiento de admisión a la titulación

No se han previsto pruebas de aptitud personal específicas

Perfil ideal del estudiante de ingreso

El Grado en Turismo va dirigido a estudiantes con formación en cualquiera de las áreas establecidas en los estudios de Bachillerato, CFGS o acceso para mayores de 25, 40 y/o 45 años, interesados en formarse como profesionales polivalentes del mundo del turismo, creativos y emprendedores, con una actitud colaboradora, participativa a la vez que crítica y responsable que les permita tomar sus propias decisiones sobre la materia, aprendiendo de las informaciones y conocimientos de otros y siendo conscientes de los efectos que sus decisiones tienen en la sociedad. Receptivos en adquirir sólidos conocimientos, competencias y habilidades para la gestión, dirección y organización del turismo, tanto en el ámbito público como empresarial en un mundo marcado por constantes cambios del mercado que conforman el entorno en que se desarrolla la actividad en los distintos campos del sector turístico.

Para los estudiantes que sigan el grado íntegramente en inglés es recomendable que tengan un nivel de este idioma equivalente al B2 del Marco Común Europeo de Referencia. Estos alumnos no tendrán que superar ninguna prueba específica de competencia lingüística en lengua inglesa para poder acceder al mismo.

3.2. Criterios para el reconocimiento y transferencias de créditos

Reconocimiento y transferencia de créditos para titulaciones de grado:

<https://www.uab.cat/web/estudios/grado/informacion-academica/reconocimiento-de-creditos/creditos-reconocidos-y-transferidos-1345672757413.html>

Normativa de la UAB aplicable a los estudios universitarios regulados de conformidad con los planes de estudios regulados por el RD 822/2021: Título IV: Transferencia y reconocimiento de créditos

TABLA 3. Criterios específicos para el reconocimiento de créditos

Reconocimiento por enseñanzas superiores no universitarias:	Número máximo de ECTS 0
---	-------------------------

<i>Breve justificación</i>	
Reconocimiento por títulos propios:	<i>Número máximo de ECTS 0</i>
<i>Breve justificación</i>	
Reconocimiento por experiencia profesional o laboral:	<i>Número máximo de ECTS</i> <i>Prácticas Externas I (12c)</i> <i>Prácticas Externas II (12c)</i> <i>Prácticas Profesionales (12c)</i>
<p><i>Breve justificación</i></p> <p><i>Puede ser objeto de reconocimiento la experiencia laboral y profesional acreditada, siempre que esté relacionada con las competencias inherentes al título. La actividad profesional se puede reconocer siempre que se cumplan los siguientes requisitos:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <i>Solicitud de reconocimiento por parte del estudiante en la Gestión Académica de la Escuela.</i> <i>Informe favorable del coordinador/a.</i> <i>Valoración de la acreditación de la empresa que describa las tareas llevadas a cabo, certificación de vida laboral del interesado/a, y memoria justificativa, en la que se expongan las competencias alcanzadas mediante la actividad laboral relacionadas con el Grado de Turismo, y en especial, a las que se refieren a las guías docentes de las asignaturas Prácticas Externas I, y Prácticas Externas II.</i> <i>Prueba de evaluación adicional o entrevista previa cuando lo solicite el coordinador/a.</i> <p><i>Los créditos reconocidos en concepto de experiencia laboral computan en el nuevo expediente como prácticas de la titulación.</i></p> <p><i>El número de créditos que se pueden reconocer por estas actividades corresponderá al total de los créditos de la asignatura de Prácticas Externas I (12c), Prácticas Externas II (12c) y Prácticas Profesionales (12c).</i></p> <p><u><i>Criterios para el reconocimiento de créditos de la materia de prácticas:</i></u></p> <ol style="list-style-type: none"> <i>La experiencia laboral que se reconozca ha de haberse desarrollado en una vinculación contractual (según la legislación vigente en cada momento), excluyendo, por tanto, otras vinculaciones como hubiesen podido comportar otro tipo de reconocimientos (prácticas empresa no curricular, por ejemplo).</i> <i>Dicha relación contractual deberá haber sido por un tiempo igual o superior a 6 meses, según las indicaciones que se ofrecen a continuación:</i> <i>La equivalencia en créditos ECTS, sería la siguiente:</i> <ul style="list-style-type: none"> <i>Prácticas externas I = 12 ECTS = 6 meses (mínimo 300horas)</i> <i>Prácticas externas II = 12 ECTS = 6 meses (mínimo 300horas)</i> <i>Prácticas Profesionales = 12 ECTS = 6 meses (mínimo 300horas)</i> <i>Para que la coordinación de la Titulación o el tutor asignado por la universidad pueda emitir el informe prescrito del punto b), será necesario que el estudiante haya presentado una Memoria. En esta Memoria el estudiante deberá incluir la descripción de las funciones realizadas en su experiencia laboral, seguida de la evaluación correspondiente con las reflexiones que esta intervención le haya suscitado, así como las competencias alcanzadas en la actividad laboral</i> 	

relacionadas con el grado (en especial las que se señalan en la guía docente de Prácticas externas) y la justificación del reconocimiento de los créditos.

3.3. Procedimientos para la organización de la movilidad del estudiantado propio y de acogida

Movilidad en titulaciones de grado y máster:

<https://www.uab.cat/web/movilidad-e-intercambio-internacional-1345680250578.html>

El centro dispone de múltiples [convenios con otras universidades](#) donde los alumnos del Grado de Turismo pueden cursar asignaturas durante un semestre o un curso académico. Dichos convenios son recíprocos, por lo que también se dispondrá de estudiantes incoming. A su vez, también se dispone de [convenios con instituciones y empresas](#) en las que los estudiantes del Grado de Turismo podrán efectuar una movilidad con un convenio de prácticas externas tanto a nivel nacional como internacional.

El centro ofrece más información adicional relacionada que puede consultarse en la página web:

[Movilidad e intercambio-Turismo y Dirección Hotelera-FUAB Formació](#)

Los estudios del ámbito de turismo y dirección hotelera cuentan con un espacio propio en su página web sobre movilidad internacional, que ofrece información y contacto de diferentes programas de intercambio, entre los que destaca el doble grado internacional UAB y FH Salzburg.

Así mismo, el desarrollo de la movilidad internacional se ajusta a lo estipulado en el procedimiento [PO04-Gestion de la movilidad](#), del SGIQ de la Escuela.

4. PLANIFICACIÓN DE LAS ENSEÑANZAS

La información de este apartado se publicará en el web [Canal de Universidades](#) de la Generalitat de Catalunya

Distribución en créditos ECTS a cursar

TIPO DE MATERIA	ECTS
Formación básica	60
Obligatorias	90
Optativas	54
Prácticas Externas (Obligatorias)	24
Trabajo de Fin de Grado/Máster	12
ECTS TOTALES	240

4.1. Estructura básica de las enseñanzas

4.1.a) Resumen del plan de estudios

Tabla 4a. Resumen del plan de estudios (estructura semestral)

Curso	Semestre	Asignatura	Carácter ⁽¹⁾	ECTS	Materia
1	1	Economía del Turismo	FB	6	Economía
		Fundamentos del Turismo	OB	6	Fundamentos del Turismo
		Derecho Turístico	FB	6	Derecho
		Competencias Digitales y de Comunicación en Turismo	FB	6	Competencias Digitales en Turismo
	2	Geografía Turística	FB	6	Geografía Turística
		Gestión de Datos Aplicados al Turismo	FB	6	Gestión de Datos
		Gestión de la Empresa Turística	FB	6	Empresa
		Innovación y Creatividad en Turismo	OB	6	Turismo Actual
	Anual	Primera Lengua Extranjera I	FB	6	Idiomas Modernos
		Segunda Lengua Extranjera I	FB	6	Idiomas Modernos
		Total primer curso		60	
Curso	Semestre	Asignatura	Carácter ⁽¹⁾	ECTS	Materia
2	1	Liderazgo y Gestión de Equipos	FB	6	Empresa
		Gestión de Empresas de Alojamiento Turístico	OB	6	Fundamentos del Turismo
		Gestión de Empresas de Intermediación y Servicios Turísticos	OB	6	Fundamentos del Turismo
	2	Gestión Económica y Financiera de la Empresa Turística	OB	6	Finanzas
		Turismo y Patrimonio	OB	6	Patrimonio Turístico
		Destinos Y Recursos Turísticos	FB	6	Geografía Turística
	Anual	Primera Lengua Extranjera II	OB	6	Ampliación Idiomas Modernos
		Segunda Lengua Extranjera II	OB	6	Ampliación Idiomas Modernos
		Prácticas Externas I	OB	12	Prácticas Externas y Profesionales
		Total segundo curso		60	

Curso	Semestre	Asignatura	Carácter ⁽¹⁾	ECTS	Materia
3	1	Marketing Turístico	OB	6	Administración y Dirección de Empresas
		Gestión de Costes en la Empresa Turística	OB	6	Finanzas
		Comunicación Profesional e Intercultural	OB	6	Habilidades del Sector Turístico
	2	Asignaturas Optativas	OP	18	
	A (Anual)	Primera Lengua Extranjera III	OB	6	Ampliación Idiomas Modernos
		Segunda Lengua Extranjera III	OB	6	Ampliación Idiomas Modernos
		Prácticas Externas II	OB	12	Prácticas Externas y Profesionales
		Total tercer curso			60
Curso	Semestre	Asignatura	Carácter ⁽¹⁾	ECTS	Materia
4	1	Asignaturas Optativas	OP	18	
		Marketing Digital y Posicionamiento de Marca	OB	6	Administración y Dirección de Empresas
		Dirección Estratégica de la Empresa Turística	OB	6	Administración y Dirección de Empresas
	2	Asignaturas Optativas	OP	18	
		Trabajo de Fin de Grado	OB	12	Trabajo de Fin de Grado
		Total cuarto curso		60	
(1) Carácter:					
	FB - Formación básica; OB – Obligatoria; OP - Optativa				

Tabla 4b. Estructura de las menciones

Denominación	Asignaturas	Semestre	Créditos ECTS
Mención de Gestión de Empresa Turística (GET)	Comunicación Profesional en Lengua Extranjera	3.2, 4.0	6
	Costumer Experience	3.2, 4.0	6
	Turismo de Negocios y Eventos	3.2, 4.0	6
	Emprendimiento e Innovación	3.2, 4.0	6
	Calidad, Sostenibilidad y Género	3.2, 4.0	6
	Nuevas Tendencias en Turismo	3.2, 4.0	6
	Personal Branding y Desarrollo Profesional	3.2, 4.0	6
	Gestión del Turismo Cultural y Guiaje Turístico	3.2, 4.0	6
	Transportes y Distribución Turística	3.2, 4.0	6
	Prácticas Profesionales	3.2, 4.0	12
Mención de Marketing, planificación y digitalización turística (MPDT)	Turismo y Sostenibilidad	3.2, 4.0	6
	Sociedad y Responsabilidad Corporativa	3.2, 4.0	6
	Gobernanza y Nuevos Enfoques Turísticos	3.2, 4.0	6
	Creación de Experiencias Turísticas	3.2, 4.0	6

	E-Commerce en Turismo	3.2, 4.0	6
	Promoción de Destinos Turísticos	3.2, 4.0	6
	Comunicación Corporativa y Protocolo	3.2, 4.0	6
	Nuevas Tecnologías en Turismo	3.2, 4.0	6
	Publicidad y Relaciones Públicas	3.2, 4.0	6
	Personal Branding y Desarrollo Profesional	3.2, 4.0	6
	Prácticas Profesionales	3.2, 4.0	12
Mención de Dirección de empresa Hotelera (GDH)	Dirección Internacional de Grupos Hoteleros	3.2, 4.0	6
	Dirección y Gestión de F&B	3.2, 4.0	6
	Cultura Eno- Gastronómica	3.2, 4.0	6
	Innovación en Gestión Hotelera	3.2, 4.0	6
	Business Simulation y Gestión de Proyectos	3.2, 4.0	6
	Turismo de Negocios y Eventos	3.2, 4.0	6
	Dirección Financiera de la Empresa Hotelera	3.2, 4.0	6
	Revenue Management	3.2, 4.0	6
	Tercera Lengua Extranjera I	4A	6
	Personal Branding y Desarrollo Profesional	3.2, 4.0	6
	Prácticas Profesionales	3.2, 4.0	12

Para obtener una mención es necesario cursar 48 créditos de entre los que se ofrecen en la misma; así mismo, para cada mención, se especifican los [Resultados de Aprendizaje de titulación y de materia](#) correspondientes.

Los alumnos que no deseen realizar una mención pueden escoger entre el total de asignaturas optativas disponibles que el centro ofrezca:

Denominación	Asignaturas	Créditos ECTS
Optativas	Comunicación Profesional en Lengua Extranjera	6
	Costumer Experience	6
	Turismo de Negocios y Eventos	6
	Emprendimiento e Innovación	6
	Calidad, Sostenibilidad y Género	6
	Nuevas Tendencias en Turismo	6
	Gestión del Turismo Cultural y Guiaje Turístico	6
	Transportes y Distribución Turística	6

	Turismo y Sostenibilidad	6
	Sociedad y Responsabilidad Corporativa	6
	Gobernanza y Nuevos Enfoques Turísticos	6
	Creación de Experiencias Turísticas	6
	e-Commerce en Turismo	6
	Promoción de Destinos Turísticos	6
	Comunicación Corporativa y Protocolo	6
	Nuevas Tecnologías en Turismo	6
	Publicidad y Relaciones Públicas	6
	Dirección Internacional de Grupos Hoteleros	6
	Dirección y Gestión de F&B	6
	Cultura Eno- Gastronómica	6
	Innovación en Gestión Hotelera	6
	Business Simulation y Gestión de Proyectos	6
	Dirección Financiera de la Empresa Hotelera	6
	Revenue Management	6
	Tercera Lengua Extranjera I	6
	Personal Branding y Desarrollo Profesional	6
	Prácticas Profesionales	12
	Segunda Lengua Extranjera IV	6
	Tercera Lengua Extranjera II	6
	Métodos y Técnicas de Investigación	6

4.1.b) Plan de estudios detallado

Tabla resumen de materias	
	MATERIA
M1	Idiomas Modernos
M2	Empresa

M3	Economía
M4	Gestión de Datos
M5	Competencias Digitales en Turismo
M6	Geografía Turística
M7	Derecho
M8	Fundamentos del Turismo
M9	Ampliación Idiomas Modernos
M10	Administración y Dirección de Empresas
M11	Finanzas
M12	Gestión Aplicada al Sector Turístico
M13	Turismo Actual
M14	Marketing del Sector Turístico
M15	Sector Turístico y Territorio
M16	Hostelería
M17	TIC Aplicadas
M18	Patrimonio Turístico
M19	Habilidades del Sector Turístico
M20	Prácticas Externas y Profesionales
M21	Trabajo de Fin de Grado

Tabla 5. Plan de estudios detallado

Materia 1: IDIOMAS MODERNOS	
Número de créditos ECTS	12
Tipología	<i>Formación Básica</i>
Campo de estudio	<i>Filología, estudios clásicos, traducción y lingüística</i>
Organización temporal	1.A
Modalidad	<i>presencial</i>
Contenidos de la materia	<p>Funciones lingüísticas de carácter general, y específicas dentro del campo del turismo. Contenidos gramaticales.</p> <p>Contenidos léxicos relacionados con el sector turístico.</p> <p>Expresión escrita utilizando las funciones lingüísticas, gramática y vocabulario aprendidas (cartas formales, trípticos turísticos, redacciones discursivas, informes, correo electrónico).</p> <p>Expresión oral utilizando las funciones lingüísticas, gramática y vocabulario aprendidas.</p>

	<u>Comentarios adicionales:</u> Al inicio del curso se realizará una prueba y una tutoría personalizada que fijará el nivel de la primera y segunda lengua extranjera a cursar. La adjudicación de la primera lengua extranjera estará en función de la currícula del estudiante.					
Resultados del aprendizaje de la MATERIA ¹	Conocimientos: KM01 Identificar léxicos en la comunicación existentes de las empresas turísticas en una primera y una segunda lengua extranjera. (KT01) KM02 Identificar formas gramaticales en la comunicación existentes de las empresas turísticas en una primera y una segunda lengua extranjera (KT01)					
	Habilidades: SM01 Mantener una conversación adecuada al nivel del interlocutor (ST03) SM02 Utilizar las particularidades idiomáticas que el sector turístico requiera en una primera y una segunda lengua extranjera (ST04) SM03 Realizar presentaciones y debates orales utilizando un vocabulario y nivel adecuado en el sector (ST04)					
	Competencias: CM01 Diseñar proyectos y presentaciones relacionadas con el turismo en una primera y una segunda lengua extranjera que tengan en cuenta principios de sostenibilidad en el sector (CT01) CM02 Construir de forma autónoma un discurso oral y escrito adaptado al nivel requerido en una primera y una segunda lengua extranjera en el sector (CT04) CM03 Elaborar trabajos académicos en formatos ajustados a las demandas y estilo de las empresas turísticas atendiendo a la perspectiva de género. (CT06)					
Actividades Formativas		Dirigidas	Supervisadas		Autónomas	
	Horas	500	250		750	
	% presencialidad	100% ²	30%		0%	
Asignaturas	Denominación		ECTS	Tipología*	Curso/Se mestre	Idioma
	Primera Lengua Extranjera I (Inglés, Francés, Alemán, Ruso o Chino)		6	FB	1.A	Inglés, francés, alemán, ruso, chino, otros.
	Segunda Lengua Extranjera I (a elegir entre cualquier idioma no cursado en la Primera Lengua Extranjera)		6	FB	1.A	

*Tipología: FB, OB, OP, PRO (Prácticas optativas), PR I TFE

Materia 2: EMPRESA				
Número de créditos ECTS	12			
Tipología	Formación Básica			
Campo de estudio	Ciencias económicas, administración, y dirección de empresas, márketing, comercio, contabilidad y turismo.			
Organización temporal	1.2, 2.1			
Modalidad	Presencial			
Contenidos de la materia	<p>Concepto de empresa e introducción a la función directiva</p> <p>Análisis del entorno y definición de la estrategia de la empresa turística.</p> <p>Análisis interno y externo de la empresa turística.</p> <p>Dirección estratégica, competitividad</p> <p>Toma de decisiones en la empresa turística.</p> <p>Función directiva i gestión de los recursos humanos.</p> <p>Liderazgo, motivación y gestión de equipos diversos</p> <p>Planificación, selección, análisis, formación, evaluación, motivación y rendimiento de los recursos humanos en organizaciones turísticas.</p>			
Resultados del aprendizaje de la MATERIA²	Conocimientos: KM03 Identificar la base teórica y conceptual de la estrategia en la empresa turística (KT01) KM04 Reconocer las principales funciones directivas y procedimientos en la gestión de equipos (KT01) KM05 Identificar en el ámbito de los recursos humanos las desigualdades de género existentes en las empresas turísticas (KT06)			
	Habilidades: SM04 Aplicar los conceptos de la dirección estratégica, gestión de recursos humanos y comportamiento organizativo en lo referente a las empresa o servicios turísticos. (ST01) SM05 Utilizar metodologías de análisis empresarial en la gestión de empresas, liderazgo, motivación y gestión de equipos en (ST01) SM06 Aplicar los modelos de liderazgo, motivación y gestión de equipos en la realización de trabajos (ST08)			
	Competencias: CM04 Proponer respuestas básicas a las demandas sociales en referencia a las necesidades de los equipos humanos de las empresas turísticas, teniendo en cuenta la diversidad personal y la perspectiva de género (CT02) CM05 Adaptar los modelos de gestión empresarial y de liderazgo en la resolución de tareas y proyectos a desarrollar (CT03)			
Actividades Formativas		Dirigidas	Supervisadas	Autónomas
	Horas	100	50	150
	% presencialidad	100%	30%	0%

Asignaturas	Denominación	ECTS	Tipología*	Curso/Se mestre	Idioma
	Gestión de la Empresa Turística	6	FB	1.2	Catalán, Castellano e Inglés
	Liderazgo y Gestión de Equipos	6	FB	2.1	

*Tipología: FB, OB, OP, PRO (Prácticas optativas), PR I TFE

Materia 3: ECONOMÍA	
Número de créditos ECTS	6
Tipología	Formación Básica
Campo de estudio	Ciencias económicas, administración, y dirección de empresas, márketing, comercio, contabilidad y turismo.
Organización temporal	1.1
Modalidad	Presencial
Contenidos de la materia	<p>Introducción a la teoría y análisis económico. La Microeconomía y la Macroeconomía aplicada al sector turístico.</p> <p>Teoría del consumidor y de la empresa. La oferta y la demanda en el sector turístico. Decisiones del consumidor y comportamiento de la empresa.</p> <p>La competencia y estructuras del mercado. La situación del sector turístico.</p> <p>Conceptos macroeconómicos y su aplicación al turismo. Impacto económico del turismo. Efecto multiplicador. La Política fiscal y monetaria y su relación con el turismo. La Balanza de pagos turística.</p> <p>El mercado laboral y la inflación. El mercado laboral turístico y sus problemáticas. Los impactos del turismo y la evolución de los precios. Estacionalidad turística.</p>
Resultados del aprendizaje de la MATERIA³	<p>Conocimientos:</p> <p>KM06 Identificar la base teórica y conceptual del análisis económico turístico, tanto desde la vertiente microeconómica como desde la macroeconómica (KT01)</p> <p>KM07 Describir la demanda y oferta turística, los ciclos y crecimiento económico, así como las relaciones económicas internacionales del sector (KT01)</p> <p>Habilidades:</p> <p>SM07 Determinar el impacto económico generado por el turismo (ST02)</p> <p>SM08 Diferenciar los efectos de equilibrio en regímenes distintos de competencia (ST02)</p> <p>SM09 Analizar la incidencia de la actividad tributaria del gobierno en el sector (ST02)</p> <p>SM10 Relacionar la dimensión económica del turismo a través del análisis de la demanda y la oferta turística, de los mercados y los ciclos económicos, entre otros elementos. (ST06)</p>

	SM11 Interpretar la dimensión económica del turismo a nivel micro y macro, subsectorial, a nivel de flujos y áreas geográficas segmentados a distinto nivel (ST07)				
	Competencias: CM06 Explicar las pautas del desarrollo turístico español, su marco institucional y la evolución del mercado (CT05)				
Actividades Formativas		Dirigidas	Supervisadas	Autónomas	
	Horas	50	25	75	
	% presencialidad	100% ²	30%	0%	
Asignaturas	<i>Denominación</i>		<i>ECTS</i>	<i>Tipología*</i>	<i>Curso/Se mestre</i>
	<i>Economía del Turismo</i>		6	FB	1.1
					<i>Catalán, castellano, inglés</i>

*Tipología: FB, OB, OP, PRO (Prácticas optativas), PR I TFE

Materia 4: GESTIÓN DE DATOS	
Número de créditos ECTS	6
Tipología	Formación Básica
Campo de estudio	Ciencias económicas, administración, y dirección de empresas, márketing, comercio, contabilidad y turismo.
Organización temporal	1.2
Modalidad	Presencial
Contenidos de la materia	Análisis de datos del sector turístico. Poblaciones y muestras. Tablas y representaciones gráficas. Medidas de centralización y dispersión. Asociación entre variables: correlación y regresión. Números índice y medidas de concentración. Búsqueda y creación de información y bases estadísticas del sector turístico.
Resultados del aprendizaje de la MATERIA⁴	Conocimientos: KM08 Identificar variables relacionadas con el turismo caracterizadas por la aleatoriedad (KT05) KM09 Distinguir el resultado de estadísticas teniendo en cuenta aspectos de desigualdad de género i sostenibilidad en las empresas turísticas (KT06)
	Habilidades: SM12 Analizar datos, poblaciones, muestras, tablas y representaciones gráficas de variables relacionadas con el sector turístico (ST06) SM13 Analizar información de forma cuantitativa y cualitativa relacionada con la dimensión económica y social del turismo (ST07)

	Competencias: CM07 Integrar información cuantitativa y cualitativa referente al sector turístico para poder valorar la dimensión económica del turismo de acuerdo con los objetivos de desarrollo sostenible (CT01)					
Actividades Formativas		Dirigidas	Supervisadas		Autónomas	
	Horas	50	25		75	
	% presencialidad	100%	30%		0%	
Asignaturas	<i>Denominación</i>		<i>ECTS</i>	<i>Tipología*</i>	<i>Curso/Se mestre</i>	<i>Idioma</i>
	<i>Gestión de Datos Aplicados al Turismo</i>		6	FB	1.2	Catalán, castellano, inglés

*Tipología: FB, OB, OP, PRO (Prácticas optativas), PR I TFE

Materia 5: COMPETENCIAS DIGITALES EN TURISMO	
Número de créditos ECTS	6
Tipología	Formación Básica
Campo de estudio	Ciencias económicas, administración, y dirección de empresas, márketing, comercio, contabilidad y turismo.
Organización temporal	1.1
Modalidad	Presencial
Contenidos de la materia	Sistemas de información en la empresa Sistema operativo- procesador de textos, hoja de cálculo, presentaciones, bases de datos y uso de la red en el sector turístico. Tratamiento de la información. Realización de trabajos y estudios. Sistemas de comunicación en el ámbito turístico
Resultados del aprendizaje de la MATERIA⁵	Conocimientos: KM10 Describir los cambios tecnológicos que vayan surgiendo en el sector turístico (KT05) KM11 Identificar los instrumentos de investigación en línea y de gestión bibliográfica de utilidad en el sector (KT05) Habilidades: SM14 Buscar fuentes de información y de gestión y organización del tiempo para determinar las más adecuadas en cada momento (ST05) SM15 Experimentar con los sistemas operativos, procesadores de texto y hojas de cálculo existentes para valorar su aplicación en el sector turístico (ST05) SM16 Analizar información turística con la utilización de tecnología digital (ST07)

	Competencias: CM08 Diseñar proyectos y presentaciones relacionadas con el sector turístico utilizando los sistemas operativos analizados y teniendo en cuenta los roles de género (CT06) CM09 Diseñar, usando diferentes instrumentos de comunicación personal y digital, proyectos de ámbito turístico de acuerdo con los objetivos de desarrollo sostenible (CT01)					
Actividades Formativas		Dirigidas	Supervisadas		Autónomas	
	Horas	50	25		75	
	% presencialidad	100%	30%		0%	
Asignaturas	<i>Denominación</i>		<i>ECTS</i>	<i>Tipología*</i>	<i>Curso/Se mestre</i>	<i>Idioma</i>
	<i>Competencias Digitales y de Comunicación en Turismo</i>		6	FB	1.1	<i>Catalán, castellano inglés</i>

*Tipología: FB, OB, OP, PRO (Prácticas optativas), PR I TFE

Materia 6: GEOGRAFÍA TURÍSTICA	
Número de créditos ECTS	12
Tipología	Formación Básica
Campo de estudio	Ciencias económicas, administración, y dirección de empresas, márketing, comercio, contabilidad y turismo.
Organización temporal	1.2, 2.2
Modalidad	Presencial
Contenidos de la materia	Estudio de los conceptos geográficos aplicados al turismo Principales temas de geografía humana aplicados al turismo. Análisis de las principales destinaciones turísticas. Estudio de los recursos naturales como atractivo turístico. Recursos turísticos y recursos territoriales. Estudio de las metodologías de análisis regional a diferentes escalas de los recursos turísticos. Implantación y ordenación en el espacio.
Resultados del aprendizaje de la MATERIA⁶	Conocimientos: KM12 Identificar los principios básicos del turismo desde el ámbito geográfico (KT01) KM13 Asociar destinos y recursos geográficos a nivel mundial con el desarrollo turístico (KT03) KM14 Identificar a nivel geográfico desigualdades a nivel de género en el sector turístico (KT06)
	Habilidades: SM17 Clasificar los principales destinos y recursos territoriales turísticos (ST02) SM18 Analizar el impacto medioambiental y social de los principales recursos territoriales turísticos del entorno (ST02)

	Competencias: CM10 Realizar proyectos que puedan mejorar la distribución de flujos turísticos (CT03) CM11 Diseñar presentaciones sobre destinos y recursos turísticos que tengan en cuenta los principios de sostenibilidad del sector (CT01)					
Actividades Formativas		Dirigidas	Supervisadas		Autónomas	
	Horas	100	50		150	
	% presencialidad	100%	30%		0%	
Asignaturas	Denominación		ECTS	Tipología*	Curso/Se mestre	Idioma
	Geografía Turística		6	FB	1.2	Catalán, castellano inglés
	Destinos y Recursos Turísticos		6	FB	2.2	

*Tipología: FB, OB, OP, PRO (Prácticas optativas), PR I TFE

Materia 7: DERECHO	
Número de créditos ECTS	6
Tipología	<i>Formación básica</i>
Campo de estudio	<i>Derecho y especialidades jurídicas</i>
Organización temporal	1.1
Modalidad	<i>Presencial</i>
Contenidos de la materia	<p>Concepto de Derecho. La norma jurídica y las ramas del derecho</p> <p>Derecho Civil: La Persona. Obligaciones y contratos. Contratos básicos y contratos de consumo en el ámbito turístico (Alquiler de coches. Contratación de seguros, de transporte, de viaje combinado, de alojamiento).</p> <p>Derecho Mercantil: El empresario: concepto y clases. El empresario turístico. Contratos entre empresarios turísticos (gestión hotelera, reserva de plazas en régimen de contingente ...)</p> <p>Derecho Laboral: El contrato de trabajo. Contenido de la relación laboral. El salario. Suspensión y extinción de la relación laboral.</p>
Resultados del aprendizaje de la MATERIA⁷	Conocimientos: KM15 Identificar los principios jurídicos básicos del sector turístico (KT01) KM16 Identificar las obligaciones contractuales aplicables al sector turístico (KT02)
	Habilidades: SM19 Aplicar los conceptos básicos de la contratación para solucionar casos prácticos basados en diferentes ámbitos de gestión empresarial (ST01) SM20 Utilizar lenguaje jurídico adecuado en la comunicación de aspectos contractuales en la gestión turística (ST03)

	Competencias: CM12 Adecuar la gestión de empresas turísticas a la normativa legal aplicable al sector turístico (CT01) CM13 Diseñar proyectos turísticos aplicando los principios básicos de la contratación turística de forma autónoma (CT04)					
Actividades Formativas		Dirigidas	Supervisadas		Autónomas	
	Horas	50	25		75	
	% presencialidad	100%	30%		0%	
Asignaturas	Denominación		ECTS	Tipología*	Curso/Se mestre	Idioma
	Derecho Turístico		6	FB	1.1	Catalán, castellano inglés

*Tipología: FB, OB, OP, PRO (Prácticas optativas), PR I TFE

Materia 8: FUNDAMENTOS DEL TURISMO	
Número de créditos ECTS	18
Tipología	Obligatoria
Campo de estudio	Ciencias económicas, administración, y dirección de empresas, márketing, comercio, contabilidad y turismo.
Organización temporal	1.1, 2.1
Modalidad	Presencial
Contenidos de la materia	El sector turístico y sus subsectores. Tipos de empresas turística. Actividades turísticas. Operativas particulares de las empresas y actividades turísticas y principales cifras. Análisis de las actividades que conforman el sector turístico. Introducción a la gestión de las empresas de alojamiento. Tipología, estructura y funcionamiento. Introducción a la gestión de las empresas de intermediación y servicios turísticos. Tipología, estructura y funcionamiento. Introducción al revenue management y aplicaciones de gestión turística.
Resultados del aprendizaje de la MATERIA⁸	Conocimientos: KM17 Identificar las actividades que conforman en sector turístico en todos sus ámbitos (alojamiento, intermediación, restauración y ocio, entre otros) (KT01) KM18 Describir el carácter dinámico y evolutivo del turismo y de sus diferentes subsectores (KT04) KM19 Indicar desigualdades de género entre los distintos subsectores turísticos (KT06)
	Habilidades:

	SM21 Relacionar las actividades principales que conforman el sector turístico en sus diferentes ámbitos y su interacción con el entorno (ST02) SM22 Analizar el funcionamiento de las estructuras turísticas y subsectores empresariales, así como su interrelación entre ellas (ST06) SM23 Analizar la dimensión económica del turismo a partir del estudio cuantitativa y cualitativo de sus subsectores (ST06) (ST07) SM24 Analizar proyectos para el desarrollo turístico de los diferentes subsectores (ST08)				
	Competencias: CM14 Proponer ideas a través de la visión del sector y la perspectiva teórica de cómo debe desarrollarse el sector turístico (CT03) CM15 Diseñar proyectos y planes de desarrollo turístico de los diferentes subsectores del sector turístico (CT05)				
Actividades Formativas		Dirigidas	Supervisadas	Autónomas	
	Horas	150	75	225	
	% presencialidad	100%	30%	0%	
Asignaturas	<i>Denominación</i>		<i>ECTS</i>	<i>Tipología*</i>	<i>Curso/Se mestre</i>
	<i>Fundamentos del Turismo</i>		6	OB	1.1
	<i>Gestión de Empresas de Alojamiento Turístico</i>		6	OB	2.1
	<i>Gestión de Empresas de Intermediación y Servicios Turísticos</i>		6	OB	2.1

*Tipología: FB, OB, OP, PRO (Prácticas optativas), PR I TFE

Materia 9: AMPLIACIÓN IDIOMAS MODERNOS

Número de créditos ECTS	48
Tipología	Mixta
Campo de estudio	
Organización temporal	2.A, 3.A, 3.2, 4.0
Modalidad	Presencial
Contenidos de la materia	Ampliación de las funciones lingüísticas de carácter general y específicas dentro del campo del turismo. Contenidos gramaticales aplicados Contenidos léxicos relacionados con el sector turístico Expresión escrita utilizando las funciones lingüísticas, gramática y vocabulario aprendidas (cartas formales, trípticos turísticos, redacciones discursivas, informes) Expresión oral. Actuaciones simuladas (role-plays) y discusiones en grupo Herramientas comunicativas en diferentes lenguas extranjeras aplicadas al turismo
	Conocimientos: KM20 Identificar léxicos complejos en la comunicación existentes de las empresas turísticas en lengua extranjera. (KT01) KM21 Identificar formas gramaticales complejas en la comunicación existentes de las empresas turísticas en lengua extranjera (KT01)

Resultados del aprendizaje de la MATERIA⁹	KM22 Ilustrar las desigualdades de género en el sector turístico en lengua extranjera (KT06)				
	Habilidades: SM25 Utilizar los recursos sobre turismo disponibles a través de Internet en lengua extranjera (ST03) SM26 Aplicar las particularidades idiomáticas de nivel medio-alto en el sector turístico en lengua extranjera (ST04) SM27 Estructurar discursos apropiados para diferentes funciones, contextos, medios, actividades y situaciones de su ámbito laboral (ST04)				
	Competencias: CM16 Diseñar proyectos y presentaciones relacionadas con el turismo de nivel medio-alto en lengua extranjera que tengan en cuenta principios de sostenibilidad en el sector (CT01) CM17 Construir de forma autónoma un discurso oral y escrito adaptado al nivel requerido en lengua extranjera (CT04) CM18 Elaborar trabajos académicos, en el idioma correspondiente, de nivel medio-alto con niveles ajustados a las demandas y estilo de las empresas turísticas considerando roles de género. (CT06)				
Actividades Formativas		Dirigidas	Supervisadas	Autónomas	
	Horas	400	200	600	
	% presencialidad	100%	30%	0%	
Asignaturas	<i>Denominación</i>		<i>ECTS</i>	<i>Tipología*</i>	<i>Curso/Se mestre</i>
	<i>Primera Lengua Extranjera II (Inglés, Francés, Alemán, Ruso o Chino)</i>		6	OB	2.A
	<i>Segunda Lengua Extranjera II (A elegir entre cualquier idioma no cursado en la Primera Lengua Extranjera)</i>		6	OB	2.A
	<i>Primera Lengua Extranjera III (Inglés, Francés, Alemán, Ruso o Chino)</i>		6	OB	3.A
	<i>Segunda Lengua Extranjera III (A elegir entre cualquier idioma no cursado en la Primera Lengua Extranjera)</i>		6	OB	3.A
	<i>Comunicación Profesional en Lengua Extranjera</i>		6	OP	3.2, 4.0
	<i>Tercera Lengua Extranjera I (una lengua no cursada en la Primera y en la Segunda Lengua Extranjera)</i>		6	OP	4A

	<i>Tercera Lengua Extranjera II (una lengua no cursada en la Primera y en la Segunda Lengua Extranjera)</i>	6	OP	4A	
	<i>Segunda Lengua Extranjera IV (A elegir entre cualquier idioma no cursado en la Primera Lengua Extranjera)</i>	6	OP	4A	

*Tipología: FB, OB, OP, PRO (Prácticas optativas), PR I TFE

Materia 10: ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS	
Número de créditos ECTS	30
Tipología	Mixta
Campo de estudio	
Organización temporal	3.1, 3.2, 4.0, 4.1
Modalidad	Presencial
Contenidos de la materia	<p>Conceptos y elementos de la dirección comercial (introducción, operativa y estrategia). Plan de marketing. Estrategias de comunicación y posicionamiento de marca.</p> <p>Gestión de conflictos.</p> <p>Análisis y estrategias. Proceso de planificación. Viabilidad y sostenibilidad. Organización de la empresa turística, esquemas prácticos y evolución y tendencias. Creación de empresas e innovación. Perspectiva de género en la gestión estratégica.</p> <p>Innovación y actividad emprendedora.</p>
Resultados del aprendizaje de la MATERIA¹⁰	<p>Conocimientos:</p> <p>KM23 Distinguir la función, naturaleza y alcance del marketing, la planificación estratégica y el emprendimiento en las organizaciones turísticas (KT01 y KT03)</p> <p>KM24 Identificar los procesos que componen la dirección estratégica de empresas del sector, el marketing y el emprendimiento teniendo en cuenta la perspectiva de género (KT06)</p> <p>Habilidades:</p> <p>SM28 Analizar la situación de un destino, recurso o espacio turístico (ST01)</p> <p>SM29 Desarrollar un análisis externo, interno y diagnóstico de la situación comercial y estratégica de una empresa (ST01)</p> <p>SM30 Aplicar las técnicas de segmentación e investigación de mercados en el análisis de la información del sector turístico (ST07)</p> <p>SM31 Analizar la información obtenida en el proceso de investigación estratégica, comercial y de emprendimiento (ST07)</p> <p>SM32 Desarrollar un plan estratégico turístico, trabajando en equipo y con orientación al cliente y al emprendimiento (ST08 y ST09)</p> <p>SM33 Utilizar las políticas de gestión de la calidad como elemento estratégico de las empresas del sector turístico en la realización de proyectos turísticos (ST02)</p>

	Competencias: CM19 Proponer proyectos que utilicen las políticas de gestión de la calidad como elemento estratégico y diferenciador en el sector turístico (CT01) CM20 Planificar políticas comerciales en las empresas y productos turísticos, en base a técnicas de segmentación e investigación de mercados (CT02) CM21 Integrar el marketing, la dirección estratégica y el emprendimiento como fuente de ventaja competitiva para las entidades turísticas (CT04) CM22 Formular propuestas estratégica, comerciales y emprendedoras que permitan de forma autónoma resolver problemas y adaptarse a nuevas circunstancias empresariales (CT05) CM23 Planificar proyectos emprendedores en diferentes ámbitos del sector turístico (CT06)					
Actividades Formativas		Dirigidas	Supervisadas		Autónomas	
	Horas	250	125		375	
	% presencialidad	100%	X%		0%	
Asignaturas	<i>Denominación</i>		<i>ECTS</i>	<i>Tipología*</i>	<i>Curso/Se mestre</i>	<i>Idioma</i>
	<i>Marketing Turístico</i>		6	OB	3.1	<i>Catalán, castellano inglés</i>
	<i>Dirección Estratégica de la Empresa turística</i>		6	OB	4.1	
	<i>Marketing Digital y Posicionamiento de Marca</i>		6	OB	4.1	
	<i>Dirección Internacional de Grupos Hoteleros</i>		6	OP	3.2, 4.0	
	<i>Emprendimiento e Innovación</i>		6	OP	3.2, 4.0	

*Tipología: FB, OB, OP, PRO (Prácticas optativas), PR I TFE

Materia 11: FINANZAS	
Número de créditos ECTS	24
Tipología	Mixta
Campo de estudio	
Organización temporal	2.2, 3.1, 3.2, 4.0
Modalidad	Presencial
Contenidos de la materia	Contabilidad financiera aplicada al turismo. Contabilidad de costes aplicada al turismo. Función financiera de la empresas turísticas, estructura financiera y decisiones de inversión y financiación. Gestión y aplicación del revenue management. Instrumentos de gestión de revenue management. Contabilidad de gestión y general avanzada. Análisis e interpretación de la información contable. Normalización y problemáticas específicas. Conceptos de dirección financiera avanzada aplicada al turismo.
	Conocimientos:

Resultados del aprendizaje de la MATERIA¹¹	KM25 Identificar los conceptos económico-financieros relacionados con las empresas turísticas. (KT01 y KT04) KM26 Distinguir a nivel económico-financiero las principales desigualdades de género existentes en las empresas turísticas (KT04)					
	Habilidades: SM34 Aplicar los conceptos de la dirección contable y financiera en lo referente al servicio y empresa turística, así como en los diferentes ámbitos del sector (ST01) SM35 Determinar a partir de la información que proporcionan los estados financieros, la situación económica- financiera de una empresa (ST06) SM36 Aplicar las técnicas de control presupuestario para la gestión de los costes, el análisis de las desviaciones y la gestión de la eficiencia (ST01 y ST08) SM37 Desarrollar trabajos en equipo para determinar la situación financiera de empresas del sector (ST06 y ST08)					
	Competencias: CM24 Diseñar informes técnico-contables en relación con la situación financiera de una empresa proponiendo soluciones a los problemas y alternativas de mejora (CT03)					
Actividades Formativas		Dirigidas	Supervisadas		Autónomas	
	Horas	200	100		300	
	% presencialidad	100%	30%		0%	
Asignaturas	Denominación		ECTS	Tipología*	Curso/Se mestre	Idioma
	Gestión Económica y Financiera de la Empresa Turística		6	OB	2.2	Catalán, castellano inglés
	Gestión de Costes en la Empresa Turística		6	OB	3.1	
	Revenue Management		6	OP	3.2, 4.0	
	Dirección Financiera de la Empresa Hotelera		6	OP	3.2, 4.0	

*Tipología: FB, OB, OP, PRO (Prácticas optativas), PR I TFE

Materia 12: GESTIÓN APLICADA AL SECTOR TURÍSTICO	
Número de créditos ECTS	24
Tipología	Optativa
Campo de estudio	
Organización temporal	3.2, 4.0
Modalidad	Presencial
Contenidos de la materia	Concepto de calidad y sistemas de gestión. Certificación y cadena de valor del hecho turístico.

	<p>Dirección de la producción turística, distribución y programación. Decisiones de producto, proceso, mantenimiento y creación.</p> <p>Conceptos básicos y tipos de los actos de congresos o eventos. Ámbitos, presupuestos y patrocinio.</p> <p>Orientación al cliente, tipologías y técnicas de gestión y de protocolo en los establecimientos turísticos y solucionario. Gestión de la logística turística. Gestión de viajes.</p> <p>Casos prácticos de la dirección comercial aplicada al sector turístico. Gestión de empresas de transporte y distribución.</p>				
Resultados del aprendizaje de la MATERIA¹²	Conocimientos: KM27 Identificar los sistemas de certificación de la calidad como estrategia empresarial. (KT01 y KT04) KM28 Distinguir la participación del cliente en la creación de servicios desde una perspectiva de género (KT06) KM29 Identificar las diferentes modalidades de gestión de la información interna y externa en empresas de intermediación, distribución y eventos, entre otras. (KT05)				
	Habilidades: SM38 Aplicar los conceptos de empresa relacionados con la intermediación, distribución, gestión de clientes y actividades turísticas. (ST01) SM39 Analizar el impacto social, medioambiental y económico en la creación y distribución de servicios turísticos (ST02) SM40 Analizar casos de planificación y gestión de departamentos, actividades o servicios de nuevas áreas del sector turístico, así como de entidades y productos turísticos singulares (ST07, ST09)				
	Competencias: CM25 Integrar objetivos y estrategias de calidad y sostenibilidad para asegurar la atención a los ODS en cualquier acción o proyecto realizado por los distintos componentes del sector turístico (agencias de viaje, oficinas de turismo, organización de congresos y eventos, etc) (CT01) CM26 Desarrollar la iniciativa y el espíritu emprendedor a las actividades relacionadas con departamentos, actividades, funciones y entidades, para fomentar la creación y la mejora de la experiencia y la gestión turística (CT02) CM27 Proponer soluciones alternativas de forma creativa y autónoma a los problemas en la planificación y en la gestión de departamentos, actividades o servicios (CT03 y CT04)				
Actividades Formativas		Dirigidas	Supervisadas	Autónomas	
	Horas	200	100	300	
	% presencialidad	100%	30%	0%	
Asignaturas	<i>Denominación</i>		<i>ECTS</i>	<i>Tipología*</i>	<i>Curso/Se mestre</i>
	<i>Costumer Experience</i>		6	OP	3.2, 4.0
	<i>Calidad, Sostenibilidad y Género</i>		6	OP	3.2, 4.0
	<i>Turismo de Negocios y Eventos</i>		6	OP	3.2, 4.0
	<i>Transportes y Distribución Turística</i>		6	OP	3.2, 4.0

*Tipología: FB, OB, OP, PRO (Prácticas optativas), PR I TFE

Materia 13: TURISMO ACTUAL				
Número de créditos ECTS	24			
Tipología	Mixta			
Campo de estudio				
Organización temporal	1.2, 3.2, 4.0			
Modalidad	Presencial			
Contenidos de la materia	<p>Conceptos ligados a la sostenibilidad y la tecnología en la creación y desarrollo de los productos turísticos con especial atención a la accesibilidad en los destinos y sus recursos turísticos.</p> <p>Análisis de diferentes formas de turismo, características, tipologías, ámbitos, agentes a diferentes escalas. Casos de estudio.</p> <p>Productos, servicios, actividades y destinos para todos. Gestión de los destinos y criterios de accesibilidad. Buenas prácticas.</p> <p>Ciclo de conferencias, seminarios, visitas y salidas de campo y otras actividades en el ámbito del turismo en general. Estudio de las mejores prácticas.</p>			
Resultados del aprendizaje de la MATERIA¹³	Conocimientos: KM30 Identificar las bases que dan lugar a la creación de nuevas tendencias en el sector turístico (KT01) KM31 Relacionar los conceptos ligados a la sostenibilidad y accesibilidad en la creación y desarrollo de destinos y productos turísticos (KT02)			
	Habilidades: SM41 Aplicar las buenas prácticas, las tendencias y los planteamientos más actuales ante los retos que el desarrollo del turismo comporta (ST02) SM42 Diferenciar los productos en base a los recursos que facilitan su creación y desarrollo (ST02) SM43 Analizar las características e implicaciones de los productos turísticos a nivel económico, social y ambiental (ST01) SM44 Distinguir propuestas de productos turísticos con sinergias de grupos multidisciplinares (ST08)			
	Competencias: CM28 Diseñar proyectos turísticos basados en la sostenibilidad y accesibilidad (CT01) CM29 Adaptar las distintas herramientas de gestión y planificación que permitan impulsar el desarrollo del sector turístico e impulsar el espíritu emprendedor en la creación y mejora de empresas y productos turísticos (CT02 y CT03) CM30 Planificar experiencias y exposición de casos innovadores referentes al sector turístico (CT04)			
Actividades Formativas		Dirigidas	Supervisadas	Autónomas
	Horas	150	75	225
	% presencialidad	100%	30%	0%

Asignaturas	Denominación	ECTS	Tipología*	Curso/Se mestre	Idioma
	Creación de Experiencias Turísticas	6	OP	3.2, 4.0	Catalán, castellano inglés
	Innovación y Creatividad en Turismo	6	OB	1.2	
	Innovación en Gestión Hotelera	6	OP	3.2, 4.0	
	Nuevas Tendencias en Turismo	6	OP	3.2, 4.0	

*Tipología: FB, OB, OP, PRO (Prácticas optativas), PR I TFE

Materia 14: MARKETING DEL SECTOR TURÍSTICO

Número de créditos ECTS	18
Tipología	Optativa
Campo de estudio	
Organización temporal	3.2, 4.0
Modalidad	Presencial
Contenidos de la materia	<p>Conceptos básicos de relaciones públicas y protocolo. Estrategia y tácticas. Aplicación al sector.</p> <p>Fundamentos de publicidad. Elementos. Medios y modelos publicitarios. Aplicación y casos prácticos. Estudio de singularidades y especificidades.</p> <p>Fundamentos de la psicología del consumidor turístico y aplicaciones.</p> <p>Fundamentos del ocio y evolución. Consumo y ocio. Sociología del consumo turístico. Impactos socioculturales del turismo. Responsabilidad social corporativa.</p>
Resultados del aprendizaje de la MATERIA¹⁴	<p>Conocimientos:</p> <p>KM32 Identificar los instrumentos relacionados con la comercialización y promoción de productos, empresas y territorios (KT01 y KT03)</p> <p>KM33 Asociar los diferentes sistemas de comunicación empresarial en el desarrollo de la gestión empresarial (KT05)</p> <p>Habilidades:</p> <p>SM45 Aplicar los conceptos relacionados con la dirección comercial de los productos y empresas y de los destinos en los diferentes ámbitos del sector turístico (ST01)</p> <p>SM46 Utilizar las técnicas de comunicación empresarial del sector turístico en las lenguas propias del país a diferentes niveles (ST03)</p> <p>SM47 Adaptar los instrumentos de la comunicación interna y externa en el desarrollo de proyectos en equipo (ST08)</p> <p>Competencias:</p>

	CM31 Proponer proyectos que sean innovadores en la comercialización y promoción de las organizaciones turísticas en sus distintos subsectores (CT02 y CT03)					
Actividades Formativas		Dirigidas	Supervisadas		Autónomas	
	Horas	150	75		225	
	% presencialidad	100%	30%		0%	
Asignaturas	Denominación		ECTS	Tipología*	Curso/ Semestre	Idioma
	Publicidad y Relaciones Públicas		6	OP	3.2, 4.0	Catalán, castellano inglés
	Comunicació Corporativa y Protocolo		6	OP	3.2, 4.0	
	Sociedad y Responsabilidad Corporativa		6	OP	3.2, 4.0	

*Tipología: FB, OB, OP, PRO (Prácticas optativas), PR I TFE

Materia 15: SECTOR TURÍSTICO Y TERRITORIO	
Número de créditos ECTS	18
Tipología	<i>Optativa</i>
Campo de estudio	
Organización temporal	3.2, 4.0
Modalidad	<i>Presencial</i>
Contenidos de la materia	<p>Metodología y análisis de la confección de rutas e itinerarios en diferentes ámbitos territoriales.</p> <p>Políticas regionales, gestión y organización del ámbito turístico. Ordenación, planificación, conservación y desarrollo turístico. Infraestructura y turismo. Estudio de casos. Evaluación de los sectores implicados.</p> <p>Estudio de la relación entre turismo y medio ambiente. Medio ambiente y patrimonio turístico. Impactos sociales. Estudio de casos. Turismo sostenible.</p> <p>Destinos turísticos, tipologías y estrategias. Ordenación, planificación y comercialización turística. Agentes implicados y principios de sostenibilidad. Estudio de casos.</p> <p>Organismos de promoción e información. Función, contratación, programas de ayudas y subvenciones. Estrategias de promoción y publicidad. Casos prácticos.</p>
Resultados del aprendizaje de la MATERIA¹⁵	<p>Conocimientos:</p> <p>KM34 Identificar los factores determinantes del desarrollo turístico (KT03)</p> <p>KM35 Relacionar los recursos turísticos y recursos territoriales desde diferentes perspectivas (KT04)</p> <p>KM36 Identificar el impacto social del turismo y sus desigualdades de género (KT06)</p> <p>KM37 Reconocer los sistemas de promoción e información turística (KT03)</p>

	Habilidades: SM48 Analizar elementos relacionados con los recursos territoriales y turísticos y su gestión pública, así como los impactos que genera (ST02) SM49 Comparar políticas de ordenación y planificación turística de las entidades públicas (ST07) SM50 Aplicar técnicas de promoción y comercialización turísticas con criterios de sostenibilidad (ST02)				
	Competencias: CM32 Interpretar los instrumentos adecuados para aplicar políticas de turismo sostenible y con perspectiva de género en proyectos turísticos (CT01 y CT05) CM33 Evaluar políticas de ordenación y planificación turística de las entidades públicas y realizar propuestas de mejora del sistema turístico (CT04)				
Actividades Formativas		Dirigidas	Supervisadas	Autónomas	
	Horas	150	75	225	
	% presencialidad	100%	30%	0%	
Asignaturas	<i>Denominación</i>		<i>ECTS</i>	<i>Tipología*</i>	<i>Curso/Se mestre</i>
	<i>Gobernanza y Nuevos Enfoques Turísticos</i>		6	OP	3.2, 4.0
	<i>Turismo y Sostenibilidad</i>		6	OP	3.2, 4.0
	<i>Promoción de Destinos Turísticos</i>		6	OP	3.2, 4.0

*Tipología: FB, OB, OP, PRO (Prácticas optativas), PR I TFE

Materia 16: HOSTELERÍA	
Número de créditos ECTS	18
Tipología	Optativa
Campo de estudio	
Organización temporal	3.2, 4.0
Modalidad	Presencial
Contenidos de la materia	<p>Restauración, producto global e integrado. Concepto, ubicación, marketing y diseño funcional de restaurantes. Técnicas de gestión de cadenas de restauración. Programas de gestión específicos. Nuevas tendencias de gestión.</p> <p>Fundamentos de enología. Ciclo de la planta. Climatología y tierra. Iniciación a la cata de vinos. Geografía del vino. Maridaje entre vinos y platos. Gestión de la bodega.</p> <p>Gestión informatizada de los establecimientos hoteleros y de la restauración. Paquetes de gestión estándares: Front- office, back office, gestión del punto de venta, gestión de inventario, gestión de las comunicaciones, gestión de recursos y sistema energético, Gastronomía como fenómeno cultural. Gastronomía regional vinculada a las tradiciones y a los recursos territoriales. Elemento de identidad y recurso turístico. Gastronomía y enología.</p>

	Sistemas de gestión empresarial ERP, CRM y SCM. Business Intelligence and analytics. Project Management. Business Game/simulación Hotelera, planes estratégicos e informes de gestión.				
Resultados del aprendizaje de la MATERIA¹⁶	Conocimientos: KM38 Distinguir las características diferenciales de los ámbitos relacionados con la hostelería dentro del sector turístico (KT01 y KT03) KM39 Reconocer los diferentes sistemas de información, gestión y comercialización en el ámbito de la hostelería (KT05)				
	Habilidades: SM51 Aplicar los programas de gestión en el subsector de la hostelería (ST05) SM52 Analizar proyectos relacionados con la hostelería, restauración, gastronomía y enología (ST01, ST09)				
	Competencias: CM34 Planificar proyectos relacionados con la hostelería, gastronomía y enología que planteen propuestas innovadoras con perspectiva social y sostenible (CT01 y CT03)				
Actividades Formativas		Dirigidas	Supervisadas	Autónomas	
	Horas	150	75	225	
	% presencialidad	100%	30%	0%	
Asignaturas	<i>Denominación</i>		<i>ECTS</i>	<i>Tipología*</i>	<i>Curso/Se mestre</i>
	<i>Dirección y Gestión de F&B</i>		6	OP	3.2, 4.0
	<i>Business Simulation y Gestión de Proyectos</i>		6	OP	3.2, 4.0
	<i>Cultura Eno-Gastronómica</i>		6	OP	3.2, 4.0

*Tipología: FB, OB, OP, PRO (Prácticas optativas), PR I TFE

Materia 17: TIC APLICADAS

Número de créditos ECTS	12
Tipología	Optativa
Campo de estudio	
Organización temporal	3.2, 4.0
Modalidad	Presencial
Contenidos de la materia	Sistemas de información (SI) y Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) aplicados al sector turístico. Programas informáticos de distribución y comercialización turística. Las autopistas de la información. Sistema de bases de datos multimedia
	Conocimientos:

Resultados del aprendizaje de la MATERIA ¹⁷	KM40 Identificar los sistemas de información, distribución y comercialización turística (KT05)					
	Habilidades: SM53 Aplicar los programas de distribución y comercialización turística (ST05)					
	Competencias: CM35 Integrar los procedimientos de los sistemas de información, distribución y comercialización turística para dar respuestas a las necesidades del sector turístico (CT02)					
Actividades Formativas		Dirigidas	Supervisadas		Autónomas	
	Horas	100/150	50/75		150/225	
	% presencialidad	100%	30%		0%	
Asignaturas	Denominación		ECTS	Tipología*	Curso/Se mestre	Idioma
	e-Commerce en Turismo		6	OP	3.0 y 4.0	Catalán, castellano inglés
	Nuevas Tecnologías en Turismo		6	OP	3.0 y 4.0	

*Tipología: FB, OB, OP, PRO (Prácticas optativas), PR I TFE

Materia 18: PATRIMONIO TURÍSTICO	
Número de créditos ECTS	12
Tipología	<i>Mixta</i>
Campo de estudio	
Organización temporal	2.2, 3.2, 4.0
Modalidad	<i>Presencial</i>
Contenidos de la materia	Análisis del patrimonio cultural como recurso turístico Patrimonio histórico y arquitectónico. Gestión del patrimonio cultural. Gestión sostenible del patrimonio cultural. Patrimonio cultural de Cataluña. Nuevas formas de patrimonio. Utilización con finalidades turísticas del patrimonio, la gestión de grupos turísticos.
Resultados del aprendizaje de la MATERIA¹⁸	Conocimientos: KM41 Relacionar los principios básicos del turismo desde el ámbito del patrimonio y de su gestión y explotación (KT01) KM42 Definir los conceptos de gestión y comercialización del patrimonio y de los recursos turísticos (KT03)

	Habilidades: SM54 Aplicar los conceptos de gestión y comercialización del patrimonio y de los recursos turísticos a proyectos relacionados con el sector turístico (ST01) SM55 Desarrollar proyectos utilizando recursos patrimoniales turísticos, en equipo y con orientación de servicio al cliente y teniendo en cuenta su interacción con el entorno (ST02, ST08 y ST09)					
	Competencias: CM36 Integrar el patrimonio cultural como recurso turístico de acuerdo a los objetivos de desarrollo sostenible (CT01) CM37 Generar proyectos y planes de desarrollo del patrimonio turístico en base a conceptos de sostenibilidad turística (CT05)					
Actividades Formativas		Dirigidas	Supervisadas		Autónomas	
	Horas	100	50		150	
	% presencialidad	100%	30%		0%	
Asignaturas	<i>Denominación</i>		<i>ECTS</i>	<i>Tipología*</i>	<i>Curso/Se mestre</i>	<i>Idioma</i>
	<i>Turismo y Patrimonio</i>		6	OB	2.2	<i>Catalán, castellano inglés</i>
	<i>Gestión del Turismo Cultural y Guiaje Turístico</i>		6	OP	3.2, 4.0	

*Tipología: FB, OB, OP, PRO (Prácticas optativas), PR I TFE

Materia 19: HABILIDADES DEL SECTOR TURÍSTICO	
Número de créditos ECTS	18
Tipología	Mixta
Campo de estudio	
Organización temporal	3.1, 3.2, 4.0
Modalidad	Presencial
Contenidos de la materia	Programas de gestión en el sector turístico; agencias de viajes, restauración, hoteles. Sistemas de gestión Amadeus. Técnicas de Comunicación aplicables al sector turístico. Comunicación asertiva. Canales de comunicación y medios de comunicación. Creación de marca personal y conocimiento personal y profesional Técnicas de Investigación avanzadas en el sector turístico
	Conocimientos: KM43 Identificar técnicas de comunicación para comunicar las argumentaciones sobre la realidad del sector turístico (KT04) KM44 Distinguir los diferentes tipos de comunicación en los sistemas de gestión turística (KT05) KM45 Identificar los diferentes métodos y técnicas de investigación en turismo (KT04)

Resultados del aprendizaje de la MATERIA¹⁹	Habilidades: SM56 Analizar técnicas de comunicación dentro de las organizaciones turísticas (ST03) SM57 Aplicar los programas informáticos de gestión, comercialización y comunicación en empresas de intermediación y otros servicios turísticos (ST05)				
	Competencias: CM38 Planificar proyectos de comunicación y de gestión de empresas turísticas utilizando las tecnologías de la información que sean necesarias (CT03) CM39 Comunicación autónoma de forma personal y colectiva, utilizando diferentes sistemas de información (CT04)				
Actividades Formativas		Dirigidas	Supervisadas	Autónomas	
	Horas	200	100	300	
	% presencialidad	100%	30%	0%	
Asignaturas	<i>Denominación</i>		<i>ECTS</i>	<i>Tipología*</i>	<i>Curso/Se mestre</i>
	<i>Comunicación Profesional e Intercultural</i>		6	OB	3.1
	<i>Personal Branding y Desarrollo Profesional</i>		6	OP	3.2, 4.0
	<i>Métodos y Técnicas de Investigación</i>		6	OP	3.2, 4.0

*Tipología: FB, OB, OP, PRO (Prácticas optativas), PR I TFE

Materia 20: PRÁCTICAS EXTERNAS Y PROFESIONALES

Número de créditos ECTS	36
Tipología	Mixta
Campo de estudio	
Organización temporal	2.A, 3.A, 3.2, 4.0
Modalidad	Presencial
Contenidos de la materia	<p><i>Iniciación a la práctica profesional en empresas u organizaciones de alguno de los diferentes ámbitos que comprende el sector Turístico y la actividad realizada por el alumno siempre ha de estar directamente vinculada a dicho sector.</i></p> <p><i>Elaboración de una memoria de prácticas basada en la reflexión sobre la experiencia de aplicación a partir de la formación recibida. El contenido de Prácticas será variable ya que dependerá de la empresa o institución receptora del estudiante. En cualquier caso, siempre guardará una estrecha relación con el sector Turístico ya sea a nivel de actividad en empresas o en organismos del Sector.</i></p>
	Conocimientos:

Resultados del aprendizaje de la MATERIA²⁰	KM46 Identificar los conceptos teóricos y prácticos más adecuados en relación con la gestión del turismo tanto en empresas públicas como privadas (KT01)					
	KM47 Reconocer desigualdades por razón de género durante el desarrollo de las prácticas (KT06)					
	Habilidades: SM58 Utilizar los programas informáticos y otras herramientas de comunicación necesarios para el desarrollo de la actividad profesional (ST05) SM59 Aplicar estrategias de comunicación a diferentes niveles (ST03) SM60 Operar en equipos de trabajo multidisciplinar con orientación de servicio al cliente (ST08 y ST09)					
	Competencias: CM40 Integrar los conocimientos teóricos y prácticos de manera conjunta para el desarrollo de la práctica profesional en contextos multiculturales y con una perspectiva de género (CT07) CM41 Desarrollar una actividad profesional de acuerdo con los principios de responsabilidad ética y respeto por los derechos y deberes fundamentales (CT01)					
Actividades Formativas		Dirigidas	Supervisadas	Autónomas		
	Horas	75	75	750		
	% presencialidad	100%	30%	0%		
Asignaturas	<i>Denominación</i>		<i>ECTS</i>	<i>Tipología*</i>	<i>Curso/Se mestre</i>	<i>Idioma</i>
	<i>Prácticas Externas I</i>		12	PR	2.A	<i>Catalán, castellano inglés</i>
	<i>Prácticas Externas II</i>		12	PR	3.A	
	<i>Prácticas Profesionales</i>		12	PRO	3.2, 4.0	

*Tipología: FB, OB, OP, PRO (Prácticas optativas), PR I TFE

Materia 21: TRABAJO DE FIN DE GRADO	
Número de créditos ECTS	12
Tipología	TFE
Campo de estudio	
Organización temporal	4.2
Modalidad	Presencial
Contenidos de la materia	El contenido del Trabajo de Fin de Grado (TFG) consistirá en la realización de un trabajo académico relacionado con la creación o mejora de un proyecto, producto o empresa turística o el desarrollo de tareas de investigación relacionadas con algún aspecto de la industria turística, donde el estudiante demuestre lo aprendido a través de recopilación

	<p>de datos significativos, recogida de indicadores, valoración de resultados y análisis crítico.</p> <p>A cada estudiante se le asignará un tutor/a del TFG el cual realizará un seguimiento del estudiante en esta materia.</p> <p>El estudiante habrá de presentar una memoria del proyecto en formato exclusivamente escrito o bien acompañado de otros formatos y hacer la defensa pública del TFG como conclusión del grado en Turismo ante un tribunal.</p> <p>EL TFG se desarrollará de acuerdo con una normativa y unas pautas de funcionamiento internas.</p>					
Resultados del aprendizaje de la MATERIA ²¹	Conocimientos: KM49 Identificar las principales metodologías y recursos para la elaboración de un trabajo académico sobre el sector turístico con perspectiva de género (KT01 y KT06) KM50 Reconocer las diferentes perspectivas teóricas y de buenas prácticas en un entorno turístico real (KT04)					
	Habilidades: SM61 Aplicar al análisis del sector turístico conceptos relacionados con las empresas y recursos turísticos a todos los niveles (ST01) SM62 Gestionar información de forma autónoma, tanto en fuentes primarias como secundarias relacionadas con el ámbito de estudio (ST07) SM63 Expresarse por escrito y oralmente utilizando las convenciones propias de un trabajo académico (ST03)					
	Competencias: CM42 Elaborar un trabajo original relacionado con el sector turístico de acuerdo con los principios de responsabilidad ética y de respeto por los derechos y deberes fundamentales, la diversidad y los valores democráticos, de acuerdo con los objetivos de desarrollo sostenible (CT01) CM43 Elaborar un trabajo académico en el ámbito del sector turístico, valorando el impacto social, la sostenibilidad y la perspectiva de género (CT06) CM44 Planificar las diferentes fases necesarias para el desarrollo de un trabajo o proyecto integrando la diversidad social y cultural así como la perspectiva de género (CT07)					
Actividades Formativas		Dirigidas	Supervisadas		Autónomas	
	Horas	25	50		225	
	% presencialidad	100%	X%		0%	
Asignaturas	Denominación		ECTS	Tipología*	Curso/Se mestre	Idioma
	Trabajo de Fin de Grado		12	TFE	4.2	Catalán, castellano inglés

*Tipología: FB, OB, OP, PRO (Prácticas optativas), PR I TFE

Tabla de relación resultados de aprendizaje de Titulación / Materias

[illegible]

ST05					SM14 SM15											SM51	SM53		SM57	SM58	
ST06			SM10	SM12				SM22			SM35 SM37										
ST07			SM11	SM13	SM16			SM23		SM30 SM31		SM40			SM49						SM62
ST08		SM06						SM24		SM32	SM36 SM37		SM44	SM47				SM55		SM60	
ST09										SM32		SM40				SM52		SM55		SM60	
CT01	CM01			CM07	CM09	CM11	CM12		CM16	CM19		CM25	CM28		CM32	CM34		CM36		CM41	CM42
CT02		CM04								CM20		CM26	CM29	CM31			CM35				
CT03		CM05				CM10		CM14			CM24	CM27	CM29	CM31		CM34			CM38		
CT04	CM02						CM13		CM17	CM21		CM27	CM30		CM33				CM39		
CT05			CM06					CM15		CM22					CM32			CM37			
CT06	CM03				CM08				CM18	CM23											CM43
CT07																				CM40	CM44
TOTAL TÍTULO = 22	8	8	8	5	7	7	6	9	9	12	8	9	9	6	9	4	3	6	7	8	8

4.2. Actividades y metodologías docentes

4.2.a) Materias/asignaturas básicas, obligatorias y optativas

Los **resultados de aprendizaje** (RAs) previstos en cada una de las asignaturas se adquieren a partir de actividades de diversa índole, adecuadas en todo momento a la tipología de resultados que se pretende alcanzar.

Así, se realizarán **actividades dirigidas** orientadas al trabajo de *RAs de conocimiento (KT)*, como pueden ser las clases magistrales o la realización de seminarios, forman la base principal sobre la que el alumnado adquiere los conocimientos principales. Para *RAs de habilidades (ST)* y de *competencias (CT)* se realizarán propuestas, también dirigidas, de estudios de casos o resolución de problemas, propuestas más focalizadas en la aplicación práctica de conocimientos. Igualmente, se completará el trabajo con actividades que trabajen RAs de habilidades comunicativas y competencias transversales, como pueden ser las exposiciones orales o las discusiones grupales.

En cuanto a **actividades supervisadas**, el programa prevé la realización de tutorías entre profesor y estudiante, actividad que facilita una atención más individual al alumno en los planteamientos de las asignaturas.

Finalmente, y como **actividades autónomas**, el estudio personal y la lectura de artículos y de informes de interés permiten trabajar los RAs de adquisición de conocimientos. Igualmente, la elaboración de trabajos individuales y en grupo se convierte en un elemento formativo importante, adecuado para trabajar tanto los RAs de conocimiento como las habilidades o las competencias propuestas. Por eso, en las asignaturas de Prácticas Externas, Prácticas Profesionales y TFG tienen un peso muy relevante de RA de competencias (CT) en las que el alumnado aplica, de forma autónoma, en entornos profesionales o en la preparación de un proyecto, lo aprendido en relación con la gestión del sector turístico

Todas las propuestas de actividades de aprendizaje y su relación con los RAs quedan recogidas en la Guía docente de la asignatura, tal y como orienta el proceso [PO01. Planificación de la formación. Guías docentes](#) descrito en el SGIQ de la Escuela.

4.2.b) Prácticas académicas externas (obligatorias)

El grado contiene 24 créditos ECTS de prácticas académicas externas obligatorias (12 ECTS **Prácticas Externas I** y 12 ECTS **Prácticas Externas II**) y 12 créditos ECTS de prácticas externas optativas (**Prácticas Profesionales**).

El desarrollo de las prácticas externas se ajusta a lo estipulado en el procedimiento [PO02 Gestión de las prácticas externas](#), del SGIQ de la Escuela.

El centro dispone de un número suficiente de empresas (tanto a nivel nacional como internacionales) para garantizar prácticas a todos los alumnos matriculados.

La formación práctica persigue conocer la organización, el funcionamiento y la gestión de empresas del sector, que cubren la atención al cliente, la gestión de back office, la organización y la promoción de productos o servicios turísticos, etc.

Las prácticas externas, permiten que el alumnado ponga en práctica sus conocimientos teóricos y lo sitúan en contacto con la realidad laboral. Para ello se utilizan tres metodologías de enseñanza:

- Aprender haciendo: formación práctica en un entorno profesional, debidamente supervisada y tutorizada por un experto en el campo profesional.
- Autoevaluación y tareas de autoanálisis.
- Trabajo autónomo después de estar en contacto con profesionales de la industria para comprender mejor las operaciones comerciales y los perfiles profesionales que mejor se ajustan a cada rol y tipo de empresa.

El centro dispone para poder realizar un buen seguimiento de las asignaturas de prácticas externas de una Unidad de Prácticas y Bolsa de trabajo (UPiBT), con personal formado y con conocimientos específicos y una dedicación a tiempo completo para garantizar el proceso de realización de las prácticas de los estudiantes. La supervisión del alumnado recae en la persona tutora de la empresa que emite un informe de seguimiento y valoración; y la persona tutora de prácticas del centro, que tutoriza, hace el seguimiento y evalúa la memoria de prácticas presentada por el estudiante. Todo ello con el soporte de la Unidad de Prácticas y Bolsa de Trabajo de FUABformació.

Toda la información queda detallada en la [Guía docente de la asignatura](#).

4.2.c) Trabajo de fin de Grado o Máster

El contenido del Trabajo de Fin de Grado (TFG) consistirá en la realización de un trabajo práctico relacionado con la creación o mejora de un proyecto, producto o empresa turística o desarrollo de un tema de investigación relacionadas con algún aspecto de la industria turística.

A cada estudiante se le asignará un tutor del TFG el cual realizará un seguimiento del estudiante en esta materia.

El estudiante habrá de presentar una memoria del proyecto o TFG realizado y hacer la defensa pública como conclusión del grado en Turismo ante un tribunal y estar orientado a la evaluación de las competencias asociadas al título.

La metodología se basa en el seguimiento y guiage del trabajo realizado, a partir de clases magistrales con debate, tutorías de apoyo a la realización del trabajo, y exposición y defensa de este.

En la página web del centro se publica la [Normativa TFG](#) y el calendario con las fechas importantes y las sesiones comentadas donde hay las indicaciones para elaborar el trabajo por parte del estudiante (calendario, guion, índice, citación de bibliografía, volumen de páginas, planificación de

tareas a realizar y de los plazos de entrega de los trabajos de los estudiantes, etc.) así como del sistema de evaluación, que también recoge la [guía docente](#). Para unificar criterios también se facilita al tutor la documentación con los criterios de evaluación del trabajo del estudiante y de unas rúbricas comunes para su evaluación.

4.3. Sistemas de evaluación

4.3.a) Evaluación de las materias/asignaturas básicas, obligatorias y optativas

La evaluación de todas las materias se ajusta a las directrices generales de la UAB

Normativa académica UAB (Título V. Evaluación):

https://www.uab.cat/doc/TR_normativa_academica_UAB

La evaluación de las distintas asignaturas se realiza bajo los preceptos de la evaluación continua y según el proceso [PO06 Evaluación del estudiante](#) descrito en el SGIQ de la Escuela.

Las actividades de evaluación se presentan a lo largo de las asignaturas en forma de pruebas teóricas (pruebas de selección múltiple, informes, resúmenes, ...) y prácticas (estudios de casos, resolución de problemas, proyectos de aplicación, etc.) que permiten evaluar los conocimientos, las habilidades y las competencias adquiridas por el alumnado en cada una de ellas. Así, las pruebas teóricas evaluarán los RA relacionados con los conocimientos, siendo las pruebas prácticas, resolución de casos, trabajos, utilización de software y simuladores específicos del sector turístico, los que ayudarán a alcanzar los resultados de aprendizaje (RAs) de habilidades y competencia.

Igualmente, a lo largo de las asignaturas se propone la evaluación de la participación activa en clase a partir de debates propuestos, de responder al docente o de expresar la opinión sobre un tema concreto, con lo que se fomenta el intercambio de experiencias y conocimientos. Estas actividades permiten evaluar la consecución de RAs relacionados con las habilidades y las competencias, como pueden ser por ejemplo las de habilidades comunicativas, trabajo en equipo o las de razonamiento crítico.

La asistencia a conferencias y actividades complementarias es evaluada a partir de la entrega de informes o de trabajos, que se convierte en una de las acciones de formación más recurrida por la habilidad que se necesita de manejar conocimientos, de capacidad de síntesis y de crítica, así como de expresar ideas y conclusiones.

La contribución de cada una de las pruebas citadas a la evaluación global de las asignaturas queda definida en la [Guía docente](#) de cada una de ellas en cumplimiento de la normativa académica de la UAB para la evaluación.

4.3.b) Evaluación de las Prácticas académicas externas (obligatorias)

El sistema de evaluación de las prácticas académicas externas viene determinado en la guía docente de la titulación y el proceso [PO02 Gestión de las prácticas externas](#), del SGIQ de la Escuela.

La evaluación consta de:

- a.- Informe de valoración emitido por el tutor / a del establecimiento turístico.
- b.- Redacción de la Memoria de las prácticas por parte del alumno
- c.- Evaluación continuada basada en el control y seguimiento de la estancia de prácticas por parte del tutor / a de empresa y el profesor / a del Centro, así como para la asistencia de los estudiantes a las reuniones, encuentros y actos estipulados por el centro.

Para poder aprobar la asignatura se debe obtener un mínimo de 5 tanto de la parte de la Memoria que redacta el estudiante como de la valoración que hace el tutor / a de empresa.

La Memoria tiene un valor del 50% sobre la nota final, la valoración del tutor / a de empresa un 40% y la asistencia de los estudiantes a las reuniones, encuentros y actos estipulados por el centro para la adquisición de competencias profesionales (talleres y otras sesiones de familiarización, Workshop Universidad-Empresa, etc.), un 10%.

Se dispone de [rúbrica de evaluación para las Prácticas externas](#).

4.3.c) Evaluación del Trabajo de fin de Grado o Máster

En la evaluación se tendrá en cuenta lo establecido en la [guía docente del TFG](#) y en el proceso [PO03 Desarrollo del TFG/TFM](#) del SIGQ de la escuela.

El TFG es un trabajo original tutorizado por un/a profesor/a de una de las áreas presentes en el grado. Es un trabajo académico relacionado con los contenidos de las materias del Grado en Turismo que ha de seguir el protocolo

El sistema de evaluación se organiza en 2 módulos:

A) Módulo de formación: Con un peso global del 5% se evaluará la asistencia a las sesiones de orientación y clases programadas y las charlas y conferencias.

B) Módulo de ejecución: Este módulo tendrá un peso global del 95% y consistirá básicamente en las tutorías programadas presenciales y on-line y la entrega del Trabajo Final de Grado, así como su posterior presentación y defensa.

Se dispone de la [Normativa TFG](#) y el calendario con las fechas importantes y las sesiones de formación comentadas donde hay las indicaciones para elaborar el trabajo por parte del estudiante (calendario, guion, índice, citación de bibliografía, volumen de páginas,

planificación de tareas a realizar y de los plazos de entrega de los trabajos de los estudiantes, etc.). Para unificar criterios también se facilita al tutor la documentación con los criterios de evaluación del trabajo del estudiante y de unas **rúbricas comunes** para su evaluación.

La calificación del TFG será competencia exclusiva de la Junta de evaluación del TFG (establecida por el centro y compuesta por los coordinadores de TFG de los diferentes grupos y la coordinación de estudios, todos ellos personal doctor y permanente del centro) que serán los encargados de establecer la normativa y unificar criterios a través de la elaboración y seguimiento de las rúbricas comunes. La calificación se obtendrá un 85% de la nota final de la asignatura (nota tutor/a aprobada por la Junta) y el 15% restante de la defensa pública (tribunal constituido por 2 personas del profesorado del centro del que no puede formar parte el tutor/a correspondiente)

El alumno dispondrá de dos fechas para la presentación de su TFG (estipuladas por calendario), una para el trabajo escrito y otra para la realización del tribunal.

4.4. Estructuras curriculares específicas

No procede

5. PERSONAL ACADÉMICO Y DE APOYO A LA DOCENCIA

5.1. Perfil básico del profesorado

5.1.a) Descripción de la plantilla de profesorado del título

Este grado se imparte en un centro adscrito a la Universitat Autònoma de Barcelona. Las categorías contractuales que se utilizan en dicha escuela no coinciden con las disponibles en el desplegable del aplicativo RUCT, por lo que se hace constar todo el profesorado en la categoría “Otro personal docente con contrato”.

El profesorado que impartirá las materias del Grado se ajusta a las disposiciones de la legislación vigente en relación con sus requisitos académicos.

El profesorado encargado de la docencia del Grado en Turismo está formado por 43 profesores y profesoras (49% mujeres), de los que 26 de ellos son doctores (60,5% del total) y que cuentan con un mayor peso en la docencia del grado, impartiendo el 72% del total de horas HIDA. El número de tesis dirigidas por el profesorado del grado en los últimos 10 años supera las 80.

De ellos, 17 profesores han sido acreditados a diferentes niveles entre AQU y ANECA, representando el 65% del total de doctores que imparten docencia en el centro.

El resto de plantilla docente está compuesta por 17 profesores no doctores (40%) que imparte el 28% de la docencia total de horas HIDA. Hay que destacar la importancia de contar con este tipo de profesorado profesional para fortalecer la relación entre el mundo académico y el sector turístico.

Todo el profesorado es contratado laboral del centro a excepción de 4 profesores que pertenecen al Departamento de Economía de la Empresa y al Departamento de Geografía de la UAB (1 catedrático, 1 agregado, 1 lector y 1 titular de escuela universitaria-TEU).

El profesorado mayoritariamente pertenece a las áreas de conocimiento de Empresa, Economía Aplicada, Geografía, Historia, Arte, Antropología y Filologías, entre otras. La diversidad de la procedencia del profesorado es debida a que en la universidad española no existía el área de conocimiento específica en Turismo hasta el año 2021.

El profesorado que asume la docencia de este grado cuenta con una trayectoria docente e investigadora muy sólida, reflejada en los [proyectos de investigación](#) que coordinan, los [grupos de investigación](#) donde participan, así como en las publicaciones realizadas.

La experiencia docente presenta las siguientes magnitudes, un 12,25% entre 20 y 25 años, un 51,2% entre 10 y 20 años, un 26,8% entre 5 y 10 años, 9,75% entre 1 y 5 años.

Los profesionales del sector turístico que ejercen de profesores son de reconocido prestigio y desarrollan sus actividades profesionales en entidades y empresas de diversa tipología:

Entidades consultoras, Grupos Hoteleros, Centros de Convenciones, Agencias de Viajes y Administración Pública entre otros.

[Enlace profesorado del grado](#)

5.1.b) Estructura de profesorado

Tabla 6. Resumen del profesorado asignado al título

Categoría	Núm.	ECTS (%) ¹	Doctores/as (%)	Acreditados/as (%)	Sexenios	Quinquenios
Permanentes 1	4	10%	100%	100%	10	15
Permanentes 2	1	2,5%	0%	0%		6
Contratados laborales FUAB	38	87,5%	58%	59%		
Total	43	100%	60,5% (72% HIDA)	65,4%		

Permanentes 1: profesorado permanente para el que es necesario tener un doctorado (CC, CU, CEU, TU, agregado).

Permanentes 2: profesorado permanente para el que no es necesario ser doctor (TEU, colaboradores y asimilables en centros privados).

Contratado laboral FUAB: profesorado contratado laboral.

El profesorado funcionario (CU, TU, CEU y TEU) se considerará acreditado.

¹ Solo se consideran los créditos de formación académica, excluyendo los correspondientes a las Prácticas y al Trabajo de Fin de Grado/Máster.

5.2. Perfil detallado del profesorado

5.2.a) Detalle del profesorado asignado al título por ámbito de conocimiento

Tabla 7a. Detalle del profesorado asignado al título por ámbitos de conocimiento.

Área o ámbito de conocimiento 1: Historia del Arte		
Número de profesores/as	4	
Número y % de doctores/as	2 (50%)	
Número y % de acreditados/as	1 (50%)	
Número de profesores/as por categorías	Permanentes 1:	0
	Permanentes 2:	0
	Contrato laboral FUAB:	4
Materias / asignaturas	M8. Fundamentos del Turismo M18. Patrimonio Turístico	
ECTS impartidos (previstos)	24	

Área o ámbito de conocimiento 2: Comunicación Audiovisual y Publicidad

Número de profesores/as	2	
Número y % de doctores/as	2 (100%)	
Número y % de acreditados/as	1 (50%)	
Número de profesores/as por categorías	Permanentes 1:	0
	Permanentes 2:	0
	Contrato laboral FUAB:	2
Materias / asignaturas	M14. Marketing del sector turístico M19. Habilidades del sector turístico	
ECTS impartidos (previstos)	24	

Área o ámbito de conocimiento 3: Derecho Mercantil

Número de profesores/as	2	
Número y % de doctores/as	1 (50%)	
Número y % de acreditados/as	0	
Número de profesores/as por categorías	Permanentes 1:	0
	Permanentes 2:	0
	Contrato laboral FUAB:	2
Materias / asignaturas	M7. Derecho	
ECTS impartidos (previstos)	12	

Área o ámbito de conocimiento 4: Economía Financiera y Contabilidad

Número de profesores/as	4	
Número y % de doctores/as	3 (75%)	
Número y % de acreditados/as	3 (100%)	
Número de profesores/as por categorías	Permanentes 1:	2
	Permanentes 2:	0
	Contrato laboral FUAB:	2
Materias / asignaturas	M11. Finanzas	
ECTS impartidos (previstos)	24	

Área o ámbito de conocimiento 5: Economía Aplicada

Número de profesores/as	2	
Número y % de doctores/as	2 (100%)	
Número y % de acreditados/as	1 (50%)	
Número de profesores/as por categorías	Permanentes 1:	0
	Permanentes 2:	0
	Contrato laboral FUAB:	2
Materias / asignaturas	M3. Economía	
ECTS impartidos (previstos)	12	

Área o ámbito de conocimiento 6: Organización de Empresas

Número de profesores/as	13	
Número y % de doctores/as	7 (54%)	
Número y % de acreditados/as	4 (57%)	
Número de profesores/as por categorías	Permanentes 1:	1
	Permanentes 2:	1
	Contrato laboral FUAB:	11
Materias / asignaturas	M5. Competencias digitales en turismo M8. Fundamentos del Turismo M10. Administración y Dirección de empresas M16. Hostelería M19. Habilidades del sector turístico	
ECTS impartidos (previstos)	96	

Área o ámbito de conocimiento 7: Geografía Humana

Número de profesores/as	4	
Número y % de doctores/as	4 (100%)	
Número y % de acreditados/as	3 (75%)	
Número de profesores/as por categorías	Permanentes 1:	1
	Permanentes 2:	0
	Contrato laboral FUAB:	3
Materias / asignaturas	M6. Geografía turística M15. Sector turístico y territorio	

ECTS impartidos (previstos)	36
-----------------------------	----

Área o ámbito de conocimiento 8: Antropología social

Número de profesores/as	1	
Número y % de doctores/as	1 (100%)	
Número y % de acreditados/as	1 (100%)	
Número de profesores/as por categorías	Permanentes 1:	0
	Permanentes 2:	0
	Contrato laboral FUAB:	1
Materias / asignaturas	M14. Marketing del sector turístico	
ECTS impartidos (previstos)	12	

Área o ámbito de conocimiento 9: Métodos cuantitativos para la economía y la empresa

Número de profesores/as	3	
Número y % de doctores/as	1 (33%)	
Número y % de acreditados/as	1 (100%)	
Número de profesores/as por categorías	Permanentes 1:	0
	Permanentes 2:	0
	Contrato laboral FUAB:	3
Materias / asignaturas	M4. Gestión de datos M17.TIC Aplicadas	
ECTS impartidos (previstos)	24	

Área o ámbito de conocimiento 10: Estadística e investigación operativa

Número de profesores/as	1	
Número y % de doctores/as	1 (100%)	
Número y % de acreditados/as	1 (100%)	
Número de profesores/as por categorías	Permanentes 1:	0
	Permanentes 2:	0
	Contrato laboral FUAB:	1
Materias / asignaturas	M4. Gestión de datos	
ECTS impartidos (previstos)	6	

Área o ámbito de conocimiento 11: Filología Inglesa

Número de profesores/as	2	
Número y % de doctores/as	1 (50%)	
Número y % de acreditados/as	0	
Número de profesores/as por categorías	Permanentes 1:	0
	Permanentes 2:	0
	Contrato laboral:	2
Materias / asignaturas	M1. Idiomas Modernos M9. Ampliación Idiomas Modernos	
ECTS impartidos (previstos)	18	

Área o ámbito de conocimiento 12: Filología Francesa

Número de profesores/as	2	
Número y % de doctores/as	0	
Número y % de acreditados/as	0	
Número de profesores/as por categorías	Permanentes 1:	0
	Permanentes 2:	0
	Contrato laboral:	2
Materias / asignaturas	M1. Idiomas Modernos M9. Ampliación Idiomas Modernos	
ECTS impartidos (previstos)	18	

Área o ámbito de conocimiento 13: Filología Alemana

Número de profesores/as	2	
Número y % de doctores/as	0	
Número y % de acreditados/as	0	
Número de profesores/as por categorías	Permanentes 1:	0
	Permanentes 2:	0
	Contrato laboral:	2
Materias / asignaturas	M1. Idiomas Modernos M9. Ampliación Idiomas Modernos	
ECTS impartidos (previstos)	18	

Área o ámbito de conocimiento 14: Estudios de Asia Oriental		
Número de profesores/as	1	
Número y % de doctores/as	1 (100%)	
Número y % de acreditados/as	1 (100%)	
Número de profesores/as por categorías	Permanentes 1:	0
	Permanentes 2:	0
	Contrato laboral:	1
Materias / asignaturas	M1. Idiomas Modernos M9. Ampliación Idiomas Modernos	
ECTS impartidos (previstos)	18	

5.2.b) Méritos docentes del profesorado no acreditado y/o méritos de investigación del profesorado no doctor

El grado cuenta actualmente con profesorado contratado doctor y no doctor con una amplia experiencia docente y profesional en sus diversos ámbitos de actividad.

a) Experiencia docente, investigadora y profesional del profesorado contratado no acreditado

Profesorado 1 ámbito 1: Historia del arte

Profesorado doctor en Didáctica de las ciencias sociales y el patrimonio, con casi 20 años de experiencia docente, impartiendo asignaturas de Gestión del patrimonio cultural y coordinando el máster en Gestión Turística del patrimonio cultural que se imparte en el centro. Participante en distintos proyectos de investigación y miembro del [grupo de investigación en Gestión turística](#). Guía oficial acreditada.

Profesorado 2 ámbito 1: Historia del arte

Profesorado doctor en Historia Contemporánea, impartiendo docencia en grado y máster desde hace más de 15 años en asignaturas que combinan la gestión del patrimonio cultural con su comunicación, participando en programas de divulgación cultural en diversos medios de comunicación (prensa, radio, televisión). Realiza actividades de investigación y es autor de más de veinte libros y artículos.

Profesorado ámbito 2: Comunicación audiovisual y publicidad

Profesorado doctor, licenciado en Ciencias de la comunicación y con 25 años de experiencia docente en asignaturas relacionadas con las competencias comunicativas tanto personales

como profesionales, siendo coordinadora del Máster en Dirección y organización de Turismo de eventos desde el año 2014, entre otras tareas de gestión.

Profesorado ámbito 3: Derecho Mercantil

Profesorado licenciado en derecho que imparte docencia relacionada con el ámbito des de hace más de 15 años, profesional que combina su actividad con la docencia de las asignaturas de Derecho turístico.

Profesorado ámbito 4: Economía Financiera y Contabilidad

Profesorado doctorando y licenciado en ciencias económicas y empresariales, con una amplia experiencia docente y profesional, impartiendo docencia en las asignaturas de ámbito financiero des de hace más de 20 años y coordinador de diferentes máster y postgrados en auditoria y contabilidad.

Profesorado ámbito 5: Economía Aplicada

Profesorado doctor, economista especializado en turismo con más de 25 años de experiencia docente desarrollando asignaturas de Economía Turística y de Introducción a la economía. También desarrolla diferentes tareas de gestión de grados y otras actividades a la vez que participa en diferentes proyectos de investigación tanto nacionales como internacionales y forma parte de [grupos de investigación](#) reconocidos por la Generalitat.

Profesorado ámbito 6: Organización de Empresas

Profesorado doctor (5) y no doctor (4) con experiencia docente relevantes, 3 de ellos con una experiencia docente de más de 20 años, 2 de ellos entre 10 y 15 años y el resto entre 5 y 10 años, desarrollando asignaturas de sus ámbitos de conocimiento y desarrollando asignaturas como Gestión de empresas de alojamiento, de intermediación; Marketing, Dirección estratégica, entre otras. Gran parte de ellos participan en las actividades de investigación del centro y algunos (6 de ellos) forman parte de proyectos y [grupos de investigación](#) reconocidos.

Profesorado ámbito 7: Geografía Humana

Profesor doctor en Geografía que desde el curso 2005-06 ha impartido docencia del ámbito de la geografía humana, geografía económica y desarrollo local y territorial, tanto en grados como en másteres relacionados con el turismo y la geografía, por lo que dispone de una experiencia docente de casi 20 años. También ha desarrollado tareas de gestión como la coordinación del Máster en Estudios territoriales i de la población.

Participa también des de 2006 en [diferentes proyectos de investigación](#) tanto nacionales como internacionales, formando parte de diferentes grupos de investigación de la UAB reconocidos por la Generalitat de Catalunya como Geografía Económica, Turismo y nuevas dinámicas socioterritoriales o Gestión Turística.

Link profesorado Grado en Turismo

Profesorado ámbitos 11, 12 i 13: Filología inglesa, francesa y alemana

Profesorado del Servicio de lenguas de la UAB, centro acreditador de niveles oficiales de lenguas, la plantilla está compuesta por un doctor y cinco no doctores, con experiencia docentes muy relevantes, 4 de ellos con una experiencia docente de más de 25 años y 2 de ellos entre 10 y 15 años desarrollando asignaturas de lenguas extranjeras. Todos ellos están acreditados como profesorado evaluador de niveles oficiales de lenguas extranjeras.

5.2.c) Perfil del profesorado necesario y no disponible y plan de contratación

No procede.

5.2.d) Perfil básico de otros recursos de apoyo a la docencia necesarios

La estructura de la enseñanza cuenta con las aportaciones de apoyo del Personal de Administración (PA) de la FUAB necesario para su correcto funcionamiento. El personal está cualificado de acuerdo con los criterios de selección y estándares de la UAB, para dar soporte tanto a la formación presencial como a la formación virtual o mixta.

El [personal de Administración](#) se estructura de la siguiente forma:

- Servicio de Informática y Multimedia: Mantenimiento del hardware y software de las aulas tanto las de teoría como las aulas de informática, seminarios y despachos del personal.
- Gestión Académica: Gestión del expediente académico, asesoramiento e información a los usuarios y control sobre la aplicación de las normativas académicas, entre otras gestiones
- Calidad docente: Programación, seguimiento y acreditación de titulaciones. Encuestas.
- Prácticas y Bolsa de Trabajo: Gestión del programa profesional, de las prácticas curriculares y no curriculares y de la Bolsa de trabajo del centro
- Promoción y Comunicación: Gestión de la comunicación del centro. Web Master y Community Manager

6. RECURSOS PARA EL APRENDIZAJE: MATERIALES E INFRAESTRUCTURALES, PRÁCTICAS Y SERVICIOS

6.1. Recursos materiales y servicios

El centro dispone de [recursos materiales y servicios](#) suficientes para dar apoyo al aprendizaje de los estudios.

Dentro del SGIC del centro existe un proceso de apoyo destinado a la gestión de los recursos materiales y de servicios. El centro establece anualmente planes de renovación y mantenimiento de los recursos materiales. ([PS02](#) del SGIC)

Cabe destacar las instalaciones del [Hotel Exe Campus](#), donde se realizan las prácticas residentes/ laboratorio de algunos grados y las aulas especializadas:

- Aula de Cata: específica para el desarrollo de clases y para realizar catas profesionales. Dispone de 14 cubículos de cata, 3 botelleros, armarios para licores y vinotecas climatizadas y apoyo informático para proyecciones.
- Aula de Demostración: específica para el desarrollo de clases y demostraciones de cocina. Dispone de cocina, encimera de acero con ruedas, hornos, microondas, cafetera, básculas, robots de cocina, etc. También dispone de un sistema de cámaras y pantallas para poder seguir con detalle la clase o demostración.

Los alumnos disponen de conexión a internet, correo electrónico institucional personal y ordenadores de uso libre para la realización de trabajos y consultas, tanto en las aulas de informática como las zonas de estudio. También pueden acceder desde la [página web](#) tanto a la intranet de los alumnos como al campus virtual.

Así mismo, se dispone en la misma página web, de un apartado de [recursos para el estudio y servicios](#) con información básica para el alumnado.

El alumnado también dispone de [Campus Virtual/Aulas Moodle](#) que es la plataforma informática de uso docente que proporciona un entorno virtual de enseñanza y da [soporte](#) a todos los alumnos del centro.

6.2 Procedimiento para la gestión de las prácticas académicas externas

El desarrollo de las prácticas externas se ajusta a lo estipulado en el procedimiento [PO02 Gestión de las prácticas externas](#), del SGIQ de la Escuela.

Dentro de la titulación se contempla la realización de prácticas externas curriculares, tanto obligatorias como optativas (Prácticas Externas I, Prácticas Externas II y Prácticas Profesionales) y prácticas no curriculares.

En ellas se realizan actividades ligadas a los resultados de aprendizaje del programa. El alumnado cuenta con una supervisión conjunta: por parte de la entidad donde realiza sus prácticas con un tutor/a con experiencia profesional y conocimientos necesarios para realizar dicha tutorización, y por parte de la escuela con el tutor de la asignatura.

Dada la experiencia y trayectoria de los estudios, la Escuela cuenta con una amplia red de entidades colaboradoras con las que se establecen convenios de prácticas. En la página web del centro, en el apartado [Prácticas](#), se accede a toda la información relativa a las mismas y a un listado de algunas de las entidades colaboradoras.

Así mismo, el centro dispone de un servicio de [Bolsa de trabajo y de Prácticas](#) a partir del que se establecen los convenios de colaboración con diferentes entidades tanto [nacionales](#) como [internacionales](#) para la realización de prácticas externas por parte del alumnado.

Además, el centro organiza anualmente un [Workshop Universidad-Empresa](#), encuentro con empresas del sector para facilitar las relaciones entre el alumnado y el ámbito profesional, desarrollar contactos orientados a la inserción laboral y a la realización de prácticas en empresas.

Además, se realizan actividades de [coaching y asesoramiento profesional](#) para que el alumnado pueda desplegar todo su potencial y diseñar un plan de carrera profesional.

6.3. Previsión de dotación de recursos materiales y servicios

No procede.

7. CALENDARIO DE IMPLANTACIÓN

7.1. Cronograma de implantación del título

El Plan de Estudios se implanta el curso 2009-2010

7.2 Procedimiento de adaptación

[Tabla de adaptación](#) con los nuevos ajustes de los estudiantes procedentes de la Diplomatura en Turismo para poder acceder al Grado en Turismo.

7.3 Enseñanzas que se extinguen

La Diplomatura en Turismo se extinguió a partir del curso 2009/2010 que se empezó a implantar el Grado en Turismo.

8. SISTEMA INTERNO DE GARANTÍA DE LA CALIDAD

8.1. Sistema Interno de Garantía de la Calidad

[Manual de SGIQ de la Escola FUABformació](#)

8.2. Medios para la información pública

(200 palabras máximo)

La difusión de información sobre todos los aspectos relacionados con las titulaciones impartidas por la Universidad se realiza a través de:

- [Espacio general en la web de la universidad](#): este espacio contiene información actualizada, exhaustiva y pertinente, en catalán, castellano e inglés, de las características de las titulaciones, tanto de [grados](#) como de [másteres universitarios](#), sus desarrollos operativos y resultados. Toda esta información se presenta con un diseño y estructura comunes, para cada titulación, en lo que se conoce como [ficha de la titulación](#). Esta ficha incorpora una [pestaña de Calidad](#) que contiene un apartado relacionado con toda la información de calidad de la titulación y un

apartado al Sistema de Indicadores de Calidad (la titulación en cifras) que recoge los indicadores relevantes del título.

- El centro dispone de un espacio web propio del ámbito de Turismo y Dirección Hotelera, donde se incorpora la información general y de interés relacionada con este ámbito de conocimiento en el centro. Este espacio ofrece información ampliada y complementaria de las titulaciones y coordinada con la información del espacio general en la web de la universidad.

La página web del centro es accesible en catalán, castellano, inglés y chino en el caso de FUABFormació.

ANEXOS DE LA TITULACIÓN A LA MEMORIA RUCT

Información sobre plazas

1.9.a) Oferta de plazas por modalidad*	Presencial: 160
1.9.b) Número total de plazas ofertadas en el centro	640
1.9.c) Número de plazas de nuevo ingreso para primer curso	160
1.9. d) Número de plazas según lengua	100 estudiantes correspondientes al grupo de docencia en catalán/castellano 60 estudiantes corresponden al grupo con docencia en lengua inglesa.
1.9. e) Número de plazas del itinerario de simultaneidad donde participa el título	
1.9.f) Número de plazas del itinerario académico abierto	
% plazas para personas con titulación universitaria	3% de las plazas de preinscripción (artículo 143 normativa acad. UAB)
% traslados de expedientes para personas con titulaciones universitarias españolas parciales	1-10% de las plazas ofrecidas para nuevo acceso por preinscripción universitaria (artículo 145 normativa acad. UAB)
% plazas para personas con titulaciones universitarias extranjeras parciales, o totales sin homologación ni equivalencia de sus títulos en España	1-10% de las plazas ofrecidas para nuevo acceso por preinscripción universitaria (artículo 151 normativa acad. UAB)

% plazas por cambio de estudios por interdisciplinariedad (canvi de modalitat)	Máximo 5% (artículo 158 normativa acad. UAB)
--	--

Tabla de materias y asignaturas

Materias y asignaturas del grado

	Materias	ECTS	Carácter*	Asignaturas	ECTS	Carácter*
1	Idiomas Modernos	12	FB	Primera lengua extranjera I	6	FB
				Segunda lengua extranjera I	6	FB
2	Empresa	12	FB	Gestión de la empresa turística	6	FB
				Liderazgo y Gestión de equipos	6	FB
3	Economía	6	FB	Economía del turismo	6	FB
4	Gestión de datos	6	FB	Gestión de datos aplicados al Turismo	6	FB
5	Competencias digitales en turismo	6	FB	Competencias digitales y de comunicación en turismo	6	FB
6	Geografía turística	12	FB	Geografía turística	6	FB
				Destinos y Recursos Turísticos	6	FB
7	Derecho	6	FB	Derecho turístico	6	FB
8	Fundamentos del turismo	18	OB	Fundamentos del turismo	6	OB
				Gestión de empresas de Alojamiento turístico	6	OB
				Gestión de empresas de intermediación y servicios turísticos	6	OB
9	Ampliación Idiomas Modernos	48	MXT	Primera Lengua extranjera II	6	OB
				Segunda Lengua extranjera II	6	OB
				Primera Lengua extranjera III	6	OB
				Segunda Lengua extranjera III	6	OB
				Segunda Lengua extranjera IV	6	OP
				Comunicación profesional en lengua extranjera	6	OP
				Tercera Lengua extranjera I	6	OP
				Tercera Lengua extranjera II	6	OP
10	Administración y Dirección de empresas	30		Marketing Turístico	6	OB
				Marketing Digital y posicionamiento de marca	6	OB
			MXT	Dirección estratégica de la empresa turística	6	OB
				Dirección Internacional de grupos hoteleros	6	OP

				Emprendimiento e innovación	6	OP
11	Finanzas	24	MXT	Gestión Económica y Financiera de la empresa turística	6	OB
				Gestión de costes en la empresa turística	6	OB
				Revenue Management	6	OP
				Dirección Financiera de la empresa hotelera	6	OP
12	Gestión aplicada al sector turístico	24	OP	Costumer Experience	6	OP
				Calidad, sostenibilidad y género	6	OP
				Turismo de negocios y eventos	6	OP
				Transportes y Distribución Turística	6	OP
13	Turismo Actual	24	MXT	Creación de experiencias turísticas	6	OP
				Innovación y creatividad en turismo	6	OB
				Innovación en Gestión hotelera	6	OP
				Nuevas tendencias en turismo	6	OP
14	Marketing del sector turístico	18	OP	Publicidad y relaciones públicas	6	OP
				Sociedad y responsabilidad corporativa	6	OP
				Comunicació corporativa y protocolo	6	OT
15	Sector turístico y territorio	18	OP	Gobernanza y nuevos enfoques turísticos	6	OP
				Turismo y sostenibilidad	6	OP
				Promoción de destinos turísticos	6	OP
16	Hostelería	18	OP	Dirección y Gestión de F&B	6	OP
				Business Simulation y gestión de proyectos	6	OP
				Cultura Eno-Gastronómica	6	OP
17	TIC Aplicadas	12	OP	e-Commerce en Turismo	6	OP
				Nuevas tecnologías en turismo	6	OP
18	Patrimonio Turístico	12	MXT	Turismo y Patrimonio	6	OB
				Gestión del turismo cultural y guiaje turístico	6	OP
19	Habilidades del sector turístico	18	MXT	Comunicación profesional e intercultural	6	OB
				Personal branding y desarrollo profesional	6	OP
				Métodos y técnicas de investigación	6	OP
20	Prácticas Externas y Profesionales	36	MXT	Practicas Externas I	12	PR
				Practicas Externas II	12	PR
				Prácticas Profesionales	12	PRO
21	Trabajo de Fin de Grado	12	TFG	Trabajo de Fin de Grado	12	TFG

*FB: Formación Básica; OB: Obligatoria; OP: Optativa; MXT: FB+OB u OB+OP; Practicas PR, Practicas optativas PRO, TFG: Trabajo Final

Tabla de asignaturas comunes

No procede

ANEXOS INFORMACIÓN COMPLEMENTARIA PROCESOS DE CALIDAD DE TITULACIONES UAB

Resumen de objetivos y resultados de aprendizaje para el Suplemento Europeo al Título

El Grado proporciona una formación técnica y especializada a nivel de gestión, planificación y comercialización de empresas, actividades y destinos turísticos aplicando técnicas innovadoras ya que al tratarse de un sector dinámico y en constante evolución requiere de profesionales que sean capaces de realizar un desarrollo del sector turístico que dé respuesta a las exigencias de calidad, competitividad, internacionalización y sostenibilidad social.

Resumen de los resultados de aprendizaje para incluirlo en el SET

El título de Grado de Turismo desarrolla capacidades para el diseño, planificación, gestión y comercialización de productos, empresas, experiencias, destinos y espacios turísticos, con la innovación y la sostenibilidad como ejes principales. Se trabajará también el desarrollo y liderazgo del equipo humano para que puedan llevar a cabo propuestas innovadoras y plurilingües, utilizando los principales avances digitales del sector y que sean capaces de hacerlo con una perspectiva tanto nacional como internacional a la vez que crítica con el fenómeno turístico y su interacción con el entorno.

Apartados de PIMPEU

Àmbits de treball dels futurs titulats

Les persones graduades en Turisme tindran competències professionals per:

- 1) Gestionar i dirigir empreses i activitats turístiques tant públiques com privades
- 2) Gestionar diferents departaments a empreses turístiques de totes les tipologies
- 3) Desenvolupar polítiques de planificació de territoris i activitats turístiques amb criteris de sostenibilitat i incorporant la perspectiva de gènere.
- 4) Àmbit de gestió i organització de fires, congressos i esdeveniments
- 5) Tasques de la consultoria turística
- 6) Fomentar l'emprenedoria al sector
- 7) Tasques de docència i recerca turística

Sortides professionals dels futurs titulats

Les persones graduades hauran adquirit unes competències adequades per ocupar llocs de treball que requereixin un perfil multidisciplinari en activitats com ara:

- Direcció d'activitats, entitats o empreses turístiques públiques i privades
- Gestió de la informació i promoció turística

- Gestió d'empreses de transport i de serveis logístics
- Gestió de departaments a empreses turístiques (màrqueting, relacions públiques, recursos humans, atenció al client, revenue management, gestió de compres, control de qualitat i organització)
- Gestió d'empreses de turisme cultural, temàtic, recreatiu, esportiu, sostenible i de salut i la oferta turística complementària
- Gestió d'empreses relacionades amb la creació, la distribució i la comercialització de productes turístics
- Empreses i plataformes virtuals d'intermediació de productes i serveis turístics, gestió d'empreses turístiques digitals
- Gestió i organització de Congressos i esdeveniments
- Recerca i docència turística
- Consultoria turística en institucions públiques i privades
- Emprenedoria turística
- Implantació de noves tecnologies

Perspectives de futur de la titulació

Es tracta d'uns estudis que pertanyen a un sector amb expansió que permeten unes grans possibilitats de professionalització, amb insercions laborals molt per sobre de la mitjana. Formant professionals amb capacitat d'intervenir en tots els àmbits turístics, ja siguin públics com privats i que gràcies als seus alts nivells d'internacionalització i d'aprenentatge de llengües estrangeres els permet accedir tant a nivell nacional com internacional.

Aquests estudiants també comptaran amb la possibilitat de continuar ampliant els seus estudis amb màster, diplomes d'especialització o doctorats específics en l'àmbit del turisme, per tal de continuar especialitzant-se.

Tres paraules clau

Gestió d'empreses; innovació turística, màrqueting turístic o experiència turística

Idiomes d'impartició de la Titulació

Català 47,5%

Castellà 30%

Anglès 17,5%

Altres llengües (Alemany, francès, xinès,...) 5%

Un grup del grau s'imparteix 100% en anglès (excepte les Llengües estrangeres)

Breu explicació dels convenis de col·laboració amb empreses i institucions

Donada l'experiència i trajectòria dels estudis, el centre disposa d'una àmplia xarxa d'entitats col·laboradores amb la que s'estableixen convenis de pràctiques. A la pàgina web del centre, a l'apartat [Pràctiques](#), s'accedeix a tota la informació relativa a les mateixes i a un llistat d'algunes de les entitats col·laboradores.

Així mateix, el centre disposa d'un servei de [Borsa de treball i de pràctiques](#) a partir del que s'estableixen els convenis de col·laboració amb diferents entitats tant [nacionals](#) com [Internacionals](#) per a la realització de les pràctiques externes per part de l'alumnat

A més, el centre organitza anualment un [Workshop Universitat-Empresa](#), trobada amb empreses del sector per facilitar les relacions entre l'alumnat i l'àmbit professional, desenvolupar contactes orientats a la inserció laboral.

Breu explicació del desenvolupament de les pràctiques (metodologia, període, durada, avaluació, etc.)

Dintre de la titulació es contempla el desenvolupament de pràctiques obligatòries (Pràctiques Externes I i Pràctiques Externes II) i pràctiques optatives (Pràctiques professionals), amb un total de 36 crèdits a desenvolupar entre segon i quart curs.

A les pràctiques es desenvolupen activitats lligades als resultats d'aprenentatge del programa, on l'alumnat compta amb una supervisió conjunta: per una part de l'entitat on desenvolupa les pràctiques amb un tutor/a amb experiència professional i per l'altre un tutor/a del centre que és qui li fa el seguiment acadèmic al llarg de tot el procés.

El centre disposa d'una [Unitat de Pràctiques i Borsa de Treball](#) pròpia que és la que proporciona i garanteix la qualitat i volum de pràctiques necessàries pel correcte desenvolupament d'aquestes.

A més, es desenvolupen activitats de [coaching i assessorament professional](#) per tal que l'alumnat pugui desplegar tot el seu potencial i dissenyar un pla de carrera professional.