



MEMORIA PARA LA SOLICITUD DE  
VERIFICACIÓN DE TÍTULOS OFICIALES

**MÁSTER UNIVERSITARIO EN  
PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN DE DESTINOS Y  
PRODUCTOS TURÍSTICOS  
Especialidad Profesional  
Especialidad Investigadora**

# 1 Descripción, objetivos formativos y justificación del título

## 1.1 Denominación completa del título

Máster Universitario en Planificación y Gestión de Destinos y Productos Turísticos por la Universidad de A Coruña. Especialidad Profesional

Máster Universitario en Planificación y Gestión de Destinos y Productos Turísticos por la Universidad de A Coruña. Especialidad Investigadora

## 1.2 Ámbito de conocimiento al que se adscribe

Ciencias económicas, administración y dirección de empresas, márketing, comercio, contabilidad y turismo.

## 1.3 Menciones / Especialidades

Especialidad Profesional

Especialidad Investigadora

## 1.4 Universidades

037-Universidade da Coruña

## 1.5 Centro

Facultad de Turismo

## 1.6 Modalidad de enseñanza

Doble Modalidad: Presencial y Virtual

Presencial: la actividad lectiva que enmarca el plan de estudios se desarrolla de forma presencial (interactuando el profesorado y el estudiantado en el mismo espacio físico, sea este el aula, laboratorios o espacios académicos especializados). Igualmente, la realización de Prácticas Externas se contempla en modo presencial

Virtual: la actividad lectiva se articula a través de la interacción académica entre profesorado y estudiantado que no requiere la presencia física de ambos en el mismo espacio docente, ni tampoco se requiere de forma síncrona en plataforma de teleformación. Todo el proceso se desarrolla en entorno virtual. En el caso de las Prácticas Externas se contempla la posibilidad de realizarlas en modo Virtual.

En cualquier caso, se aplicará lo previsto en la normativa estatal y autonómica, y en particular a la normativa de la UDC, tal y como puede consultarse en: <https://www.udc.es/es/novas/Normativa-que-regula-los-estudios-semipresenciales-y-a-distancia/>

## 1.7 Número total de créditos

|  |    |
|--|----|
| Créditos Obligatorios                  | 30 |
| Créditos Optativos                     | 30 |
| Prácticas externas                     | 12 |
| Créditos trabajo fin de grado o máster | 18 |
| Número Total de Créditos ECTS          | 90 |

## 1.8 Idiomas de impartición

Castellano y Gallego

## 1.9 Número de plazas ofertadas en el título

El número total de plazas ofertadas es de 30:

- 20 para la modalidad presencial (10 por Especialidad)
- 10 para la modalidad virtual (5 por Especialidad)

## 1.10 Justificación

La titulación que se propone consiste en la adaptación de una titulación ya existente e implantada en la UDC desde el curso 2007/08, cuyo plan de estudios actual se corresponde con la Memoria de implantación verificada en 2015/16. Se trata de la continuación de los estudios superiores para las personas que estudian el actual grado en Turismo y para otras personas formadas en grados de ciencias sociales y humanas en general que quieren trabajar o investigar en el sector del Turismo.

### INTERÉS ACADÉMICO

Los estudios de Máster tienen un elevado interés académico, prueba de ello es que desde hace 15 cursos que se vienen impartiendo en la UDC con una demanda creciente todos los años y un grado de internacionalización de los mismos cada vez más amplio.

### INTERÉS CIENTÍFICO

El Turismo es un sector que necesita ser analizado desde distintas perspectivas como son la sociología, la geografía, la economía, la medicina, etc. Este sector es de los más importantes de nuestra sociedad fue durante años olvidado por los científicos, siendo planificado y gestionado por personas sin formación específica. Actualmente el Turismo tiene una consideración cada vez más importante en el ámbito científico. Se fueron especializando distintos profesores en temas relacionados con el interés científico del turismo, se constituyen grupos de investigación, se realizan tesis doctorales, proyectos de I+D, congresos donde se debaten los resultados de las investigaciones, publicaciones de libros individuales, de libros colectivos, revistas, etc. Estos investigadores a su vez están en contacto permanente con otros investigadores similares que tienen sus centros de referencia en el entorno de otros Máster en distintas universidades de España, Europa y América.

### INTERÉS PROFESIONAL

El Turismo se convirtió en uno de los sectores más importantes en España, teniendo grandes repercusiones económicas, sociales, culturales y medioambientales. Incluso a nivel simbólico, se convirtió en el sector que representa nuestra imagen en el exterior. Para que Galicia y España sigan siendo punteros a nivel mundial en turismo se necesita de profesionales capacitados que sepan planificar bien nuestros recursos y servicios para formar productos turísticos atractivos para los turistas y al mismo tiempo que repercutan en el desarrollo socioeconómico sostenible de las zonas receptoras. Después de planificarlos es necesaria una elevada formación para ponerlos en funcionamiento y para gestionarlos.

El Turismo se basa un cambio constante, de nuevos productos. De este modo, es necesaria una formación avanzada no sólo para los nuevos alumnos que terminan sus estudios de grado, sino también para los profesionales que ya están ejerciendo su labor profesional y necesitan seguirse formando. Esta formación necesita estar apoyada además en una investigación constante, en donde se analicen nuevas propuestas, innovaciones y su adaptación a los distintos contextos y para los distintos tipos de consumidores turísticos.

### LA NECESIDAD DE UNA DOBLE ORIENTACIÓN: INVESTIGADORA Y PROFESIONAL

La Especialidad investigadora va dirigida a los estudiantes que quieran seguirse formando en Turismo y realizando una tesis doctoral o bien investigando en gabinetes de empresas o instituciones dedicadas al Turismo. Cobra especial relevancia en estos últimos años la orientación de nuestros alumnos hacia el análisis de datos, la investigación, y la consultoría que sin duda revierten en planes de desarrollo turístico de especial valor en nuestro territorio.

La Especialidad profesional va dirigida a las personas que quieren dedicarse a planificar y gestionar Destinos y Productos turísticos de las distintas tipologías (congresos y convenciones, de espacio litoral, gastronómico y enológico, patrimonio, etc.)

Ambas Especialidades han sido diseñadas a través de la elección de un conjunto de optativas para que el alumno seleccione aquellas de mayor interés para su carrera académica y profesional, tal y como se detallará posteriormente.

### 1.11 Principales objetivos formativos del título

El título tiene como objetivos fundamentales la formación universitaria de profesionales en el sector para:

- Alcanzar una mayor comprensión del mundo cambiante y globalizado, cómo está afectando a los turistas, cómo está afectando a los distintos actores encargados de proporcionar servicios a los turistas, cómo gestionar dicho sistema.
- Investigar sobre las nuevas necesidades y motivaciones de los turistas, lo que contribuirá a formar personas que sepan planificar de forma enfocada a satisfacer a los turistas
- Investigar sobre el desarrollo local sostenible y la forma en que el turismo ha de contribuir a ello de forma integral
- Elaborar planes estratégicos de desarrollo turístico acordes con las necesidades de los turistas y de la población local
- Elaborar nuevos productos turísticos para que los turistas siempre encuentren algo nuevo y la población emprendedora tenga recursos para llevar a cabo su labor de emprendimiento
- Gestionar dichos planes y productos de forma sostenible para ellos mismos, al tiempo que cumplan los objetivos para los turistas y la población local.
- Evaluar la calidad de dichos destinos y productos tanto para la satisfacción de los turistas como para contribuir al desarrollo sostenible y a elevar la calidad de vida de la población.
- Analizar la imagen que se está transmitiendo de los destinos y los nuevos productos turísticos

### 1.12 Estructuras curriculares específicas

No se contemplan

### 1.13 Estrategias metodológicas de innovación docente específicas

Para la docencia el empleo de las TIC se utiliza de forma generalizada. Existe la posibilidad de realizar el master de forma virtual, y para estos alumnos el uso de las TIC es obligatorio. En todo caso, para los alumnos presenciales también se utiliza las TIC. Todo el material de las asignaturas está en formato digital en el Campus Virtual de la UDC.

Para la investigación el empleo de las TIC también es muy importante. Los alumnos tienen que utilizar técnicas cualitativas y cuantitativas. Tanto para las cualitativas como para las cuantitativas se utilizarán programas informáticos específicos que los alumnos han de aprender a utilizar en conjunción con las propias técnicas.

Por último, resaltamos también las salidas de campo, a través de visitas a empresas y organizaciones turísticas en las que el alumno aprende de primera mano y en un entorno real, las prácticas para la gestión de productos y destinos turísticos. También destacamos la organización de actividades de aprendizaje experiencial y desarrollo de habilidades a través de la simulación de problemas, retos y desafíos en entornos naturales en lo que se conoce como Outdoor Training, donde el alumno aprende a desarrollar muchas de las competencias y habilidades que luego aplicará a nivel profesional. Y en tercer lugar, destacar también como algo característico del Master, la participación por parte del alumnado en conferencias de

profesionales, foros, y eventos en los que el Master participa para conocer también de primera mano las últimas tendencias del Sector.

### 1.14 Perfiles fundamentales de egreso

Los alumnos que terminan el máster están formados para trabajar en empresas privadas, administración pública y en centros de investigación y universidades desarrollando tareas relacionadas con la planificación y la gestión de destinos y nuevos productos turísticos desde la perspectiva de la calidad y la sostenibilidad.

Con la Especialidad investigadora de nuestro máster formamos alumnos para que puedan investigar en centros y universidades sobre los distintos componentes de la planificación y de los productos turísticos, así como sobre las repercusiones que el consumo turístico tiene para los propios turistas, los habitantes de las zonas receptoras y el desarrollo de las comunidades.

Por otro lado, existen empresas que se dedican a la planificación de destinos turísticos en distintos niveles, local, regional, nacional e internacional. En este sentido, la actividad investigadora se centra principalmente en el análisis cualitativo y cuantitativo de los flujos turísticos, la caracterización del turista, el perfil de consumo, y por ende, el análisis pormenorizado y detallado del sector. Estas labores de consultoría propias de la actividad investigadora, resultan imprescindibles para lograr una planificación y gestión de destinos y productos turísticos, tanto desde el sector público como también por parte de empresas y agentes privados. Nuestros egresados están preparados para llevar a cabo los distintos apartados de la planificación.

También se necesitan egresados que sepan gestionar destinos turísticos que quieren implantar un plan nuevo en zonas donde no había turismo o bien implantar un plan para realizar cambios hacia un turismo sostenible en zonas donde ya estaba desarrollado el turismo. En la actualidad cobra una especial relevancia esta orientación hacia el perfil de Técnicos de Turismo, o Gestores Públicos de Destinos Turísticos, por lo que existe una demanda creciente de este tipo de perfiles en nuestro entorno. Nuestros egresados son idóneos para realizar esta gestión.

Es necesario convertir recursos y servicios en productos turísticos que sean comercializables por distintos medios. Nuestros egresados tienen conocimientos para elaborar dichos productos, así como para su posterior comercialización.

Las empresas dedicadas a los servicios turísticos necesitan personas creativas que estén constantemente innovando en el servicio ofertado para proporcionar a los turistas servicios que le produzcan nuevas emociones dentro de los estándares de calidad establecidos. Nuestros egresados tienen formación y motivación para llevar a cabo las actividades innovadoras y emprendedoras que necesitan estas empresas.

## 2 Resultados del proceso de formación y de aprendizaje

En este apartado se recogen los resultados aplicables a todo el alumnado.

### 2.1 Conocimientos

- Realizar una planificación y una gestión de los destinos y productos turísticos desde la óptica del desarrollo sostenible y de la calidad en sus distintas acepciones, tanto las oficiales en España como las que se marcan en otras partes del mundo
- Identificar los cambios que está experimentando la sociedad y como afecta al consumo turístico de los productos turísticos, así como al comportamiento del consumidor turístico
- Reconocer las formas de promoción y comercialización que son más adecuadas para los destinos y productos turísticos
- Manejar las nuevas tecnologías para la planificación y gestión de destinos y productos turísticos
- Reconocer las formas de elaboración y gestión de planes de turismo, teniendo en cuenta tanto el papel de las organizaciones privadas como de las organizaciones públicas y la normativa por la que se rigen
- Diseñar proyectos relacionados con la planificación y/o gestión de destinos y productos turísticos.
- Gestionar dichos destinos y productos para que repercutan en el bienestar de los turistas y el desarrollo integral de las sociedades receptoras

- Precisar e identificar nuevos grupos de consumidores que tienen nuevos estilos de vida, nuevos gustos y nuevas formas de satisfacerlos.
- Reconocer la estructura que debe tener un plan estratégico de un destino turístico, los contenidos que se deben incluir en cada parte y la metodología y técnicas para elaborar dicho contenido.

## 2.2 Habilidades

### Generales

- Valorar la importancia que tiene la investigación, la innovación y el desenvolvimiento tecnológico en el avance socioeconómico y cultural de la sociedad
- Expresarse correctamente, tanto de forma verbal como escrita, en las lenguas oficiales de la Comunidad Autónoma
- Utilizar las herramientas básicas de las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) necesarias para el ejercicio de su profesión y para el aprendizaje a lo largo de su vida
- Desenvolverse para el ejercicio de una ciudadanía abierta, culta, crítica, comprometida, democrática y solidaria, capaz de analizar la realidad, diagnosticar problemas, formular e implantar soluciones basada en el conocimiento y orientadas al bien común
- Entender la importancia de la cultura emprendedora y conocer los medios al alcance de las personas emprendedoras
- Valorar críticamente el conocimiento, la tecnología y la información disponible para resolver los problemas con los que deben enfrentarse
- Asumir como profesional y ciudadano la importancia del aprendizaje a lo largo de la vida

### Trasversales

- Resolver problemas de forma efectiva
- Comunicarse de manera afectiva en un entorno de trabajo
- Trabajar de forma autónoma con iniciativa
- Trabajar de forma colaborativa
- Comportarse con ética y responsabilidad social como ciudadano y como profesional
- Capacidad para interpretar, seleccionar y valorar conceptos adquiridos en otras disciplinas del ámbito turístico
- Capacidad para el aprendizaje de nuevos métodos y teorías, que doten de una gran versatilidad para adaptarse a nuevas situaciones
- Comunicar por escrito y oralmente los conocimientos procedentes del lenguaje científico
- Capacidad para resolver problemas con iniciativa, toma de decisiones, creatividad, razonamiento crítico y de comunicar y transmitir conocimientos habilidades y destrezas

## 2.3 Competencias

- Aplicar técnicas de planificación y la gestión sostenible de productos y destinos turísticos
- Diagnosticar necesidades y oportunidades e identificar las potencialidades y amenazas del turismo para el desarrollo integral de las sociedades receptoras
- Aplicar sistemas de calidad y gestión social, medioambiental y económica
- Implementar las técnicas de dirección de organizaciones públicas y de empresas del sector turístico
- Interpretar la normativa que regula las actividades turísticas
- Saber manejar el capital social, entendiendo el destino turístico como sistema y relacionar agentes implicados en el desarrollo del producto turístico
- Interpretar los cambios sociales y como afectan a las innovaciones en los productos y al comportamiento del consumidor
- Planificar nuevos destinos y productos turísticos
- Remodelar destinos turísticos maduros para adaptarlos a las nuevas exigencias de la demanda y al desarrollo sostenible de las comunidades receptoras
- Manejar las TIC para la comunicación, promoción y la comercialización
- Saber definir proyectos de investigación innovadores que repercutan positivamente en el sector

- Utilizar las metodologías científicas adecuadas tanto cualitativas como cuantitativas

### 3 Admisión, reconocimiento y movilidad

Sistemas de información previa a la matriculación y procedimientos accesibles de acogida y orientación de los estudiantes de nuevo ingreso para facilitar su incorporación a la Universidad y la titulación

Se utilizarán los procedimientos de información y acogida utilizados habitualmente por la UDC, a través de la página Web de la Universidad de A Coruña, Portal de Estudios, donde figura toda la información relevante del Título ( <https://estudios.udc.es/es/study/start/4524v01> )

Igualmente la UDC cuenta con un apartado con toda la información relevante sobre procesos de matrícula, plazos, trámites, servicios de extensión universitaria, y todo tipo de información adicional para los estudiantes de nuevo ingreso en su web ( <https://www.udc.es/es/estudiantes/> )

Igualmente, la Coordinación del Master organiza todos los años unas Jornadas informativas sobre el Título para aquellas titulaciones donde pudiera haber un mayor interés en estos estudios, así como también acude a Ferias de Formación en las que participa la UDC con información y participación activa en foros y chats con potenciales estudiantes.

Además de estos canales de difusión, el Máster cuenta con una página web propia, manteniendo en todo momento información detallada y actualizada del máster.

#### 3.1 Requisitos de acceso y procedimientos de admisión de estudiantes

Los requisitos de acceso al Máster son, con carácter general, los establecidos por el RD 822/2021, de 28 de septiembre, así como las disposiciones del Ministerio, de la Comunidad Autónoma de Galicia, y a lo que se disponga en el desarrollo normativo de la Universidade da Coruña.

Antes de que comiencen los procesos de preinscripción y matrícula en cada curso académico se hará público en la página web del título el perfil de ingreso recomendado, que para este título incluye aspectos como: interés por el Turismo y el desarrollo territorial, capacidad de planificación y gestión, conocimientos previos en materia turística, etc.

#### Requisitos específicos de admisión

Los solicitantes que quieran ser admitidos en el Master deberán estar en posesión de un título universitario en el área de ciencias sociales, reservando para ellos el 70% de las plazas, el 20% para titulados universitarios en el área de Humanidades y el 10% para titulados universitarios en otras áreas.

Igualmente se establece como requisito específico contar con un nivel mínimo B1 de conocimiento de español, pudiéndose realizar si así lo considera la Comisión de Selección una entrevista para validar dicho nivel de conocimiento.

#### Procedimiento de admisión

Se detalla en la Normativa de Gestión Académica que se aprueba anualmente. Las competencias en materia de admisión son responsabilidad de la Comisión de Selección y Admisión de Estudiantes, que tendrá la composición y funciones determinadas en la Normativa de Gestión Académica.

Los baremos para el procedimiento de admisión se basarán en los siguientes aspectos:

- Adecuación de la titulación de acceso a los contenidos del máster
- Expediente académico
- Otros méritos relacionados con el ámbito turístico (experiencia laboral, formación extracurricular,

participación en actividades relacionadas con el ámbito turístico, etc.)

De acuerdo con el primero de los Requisitos Específicos de admisión se establecerán los cupos según el porcentaje de plazas reservado para las titulaciones de ciencias sociales (70%), titulaciones en el área de humanidades (20%), y resto de titulaciones (10%). Para realizar la selección de estudiantes dentro de cada cupo, se ponderará la afinidad de la titulación de acceso a los contenidos del Master con un valor entre 1 y 2, que multiplicará la valoración obtenida en los dos criterios siguientes, siendo la ponderación de 2, aquella que aplica a las titulaciones de acceso con mayor afinidad (por ejemplo, Grado en Turismo, Diplomatura en Turismo, etc) y siendo 1 aquellas titulaciones dentro de cada rama de conocimiento que tengan menor afinidad. En el cálculo de la puntuación de acceso, el expediente académico tendrá un peso máximo del 80% del total, y los otros méritos un peso máximo del 20%. Los criterios concretos para cada curso académico serán establecidos y publicados con anterioridad al comienzo de los períodos de preinscripción y matrícula.

Todos los documentos relativos al proceso de admisión y matrícula en la UDC (normativas, calendarios, etc.) se pueden consultar en: <https://www.udc.es/es/normativa/academica/>

### 3.2 Criterios para el reconocimiento y transferencia de créditos

Para la transferencia y reconocimiento de créditos se seguirán las indicaciones de la "Normativa de reconocimiento y transferencia de créditos para titulaciones adaptadas al Espacio Europeo de Educación Superior (EEES)", que se puede encontrar en: <https://www.udc.es/es/normativa/academica/>

No se contempla el reconocimiento de créditos cursados en el ámbito de la educación superior no universitaria. Sin embargo, sí se considera la posibilidad de reconocimiento de créditos en títulos propios.

Dada la diversidad y heterogeneidad de la casuística que se puede presentar en lo referente a títulos propios, la Comisión Académica del Máster estudiará cada caso de forma individual y decidirá sobre los reconocimientos solicitados en función de su adecuación.

La experiencia laboral y profesional acreditada podrá ser también reconocida en forma de créditos, siempre que confieran, al menos, el 75% de las competencias de las materias por las que se quiere obtener reconocimiento de créditos. La Comisión Académica determinará el período mínimo de tiempo acreditado de experiencia laboral o profesional requerido para obtener el reconocimiento de créditos solicitado, pero en ningún caso podrá ser inferior a 6 meses.

El número de créditos que será objeto de reconocimiento a partir de la experiencia profesional o laboral y de enseñanzas universitarias no oficiales no podrá ser superior, en su conjunto, al 15% del total de créditos que constituyan el plan de estudios.

### 3.3 Procedimientos para la organización de la movilidad de los estudiantes

La Universidade da Coruña cuenta con el "Reglamento sobre movilidad internacional de estudiantes" establece el marco general para la movilidad internacional de estudiantes, mientras que el "Reglamento de la Universidade da Coruña por el que se establecen el procedimiento y las condiciones para la formalización de convenios de doble titulación con universidades extranjeras". Estos reglamentos pueden consultarse en [www.udc.es/normativa/academica](http://www.udc.es/normativa/academica).

La Universidade da Coruña pone a disposición de sus estudiantes toda la información relacionada con los programas de movilidad a través de la página Web de la Oficina de Relaciones Internacionales <https://www.udc.es/es/ori/>

A su vez, la Facultad de Turismo proporciona información específica para sus estudiantes en <https://www.udc.es/es/turismo/internacional/>

## CONVENIOS CON UNIVERSIDADES NACIONALES

El Master en Planificación y Gestión de Destinos y Productos Turísticos forma parte de la Red Universitaria de Postgrados en Turismo de España (RedINTUR), siendo Universidad Socia Fundadora. <https://red-intur.org/>

## CONVENIOS CON UNIVERSIDADES EXTRANJERAS

A nivel internacional se mantienen acuerdos puntuales con universidades extranjeras a través del programa ERASMUS y también se mantiene un convenio de doble titulación con la Universidad de Suceava (Rumanía) para un doble título de Máster en Planificación y Gestión de Destinos y Productos turísticos.

## 4 Planificación de las enseñanzas

### 4.1 Estructura básica de las enseñanzas

Las enseñanzas previstas (90ECTS) se organizan del siguiente modo:

- Un primer cuatrimestre con 30 créditos obligatorios
- Un segundo cuatrimestre con 30 créditos propios de la Especialidad, y a escoger entre un conjunto de asignaturas optativas
- Un tercer cuatrimestre con 30 créditos relativos a las Prácticas Externas y el TFM

#### 4.1.1 Esquema General del Plan de Estudios

| Tipo de materia/asignatura | Créditos a cursar | Créditos ofertados |
|----------------------------|-------------------|--------------------|
| Obligatorias               | 30                | 30                 |
| Especialidad Investigadora | 30                | 39                 |
| Especialidad Profesional   | 30                | 39                 |
| Prácticas externas         | 12                | 12                 |
| Trabajo fin de Máster      | 18                | 18                 |
| Total                      | 90                | 129                |

#### 4.1.2 Descripción General del Plan de Estudios

## TABLA DE PLAN DE ESTUDIOS

| Módulo                     | Materia/Asignatura  | ECTS | Carácter<br>(OB/OP/PE/TFM) | Curso | Cuatrimestre |
|----------------------------|---|------|----------------------------|-------|--------------|
| COMÚN                      | Calidad y desarrollo sostenible en organizaciones turísticas, destinos y productos turísticos         | 6    | OB                         | 1     | 1            |
|                            | Cambio social, tendencias del consumo turístico y comportamiento del consumidor                       | 3    | OB                         | 1     | 1            |
|                            | Promoción y comercialización de destinos y productos turísticos                                       | 6    | OB                         | 1     | 1            |
|                            | Dirección estratégica de las organizaciones turísticas  | 3    | OB                         | 1     | 1            |
|                            | Tecnologías de la Información y la Comunicación para destinos y productos turísticos                  | 6    | OB                         | 1     | 1            |
|                            | Planificación y gestión de planes de Turismo. El papel de las organizaciones públicas y privadas      | 6    | OB                         | 1     | 1            |
| ESPECIALIDAD INVESTIGADORA | El proceso de investigación en turismo: tipos, estructura y fases                                     | 6    | OP                         | 1     | 2            |
|                            | Técnicas cualitativas aplicadas al Turismo  | 6    | OP                         | 1     | 2            |
|                            | Programa para análisis de datos cualitativos con ejemplos de Turismo                                  | 6    | OP                         | 1     | 2            |
|                            | Técnicas cuantitativas aplicadas al Turismo   | 6    | OP                         | 1     | 2            |
|                            | Programa para análisis de datos cuantitativos con ejemplos de Turismo                                 | 6    | OP                         | 1     | 2            |
|                            | Desarrollo de nuevos modelos de negocio en el sector turístico*                                       | 6    | OP                         | 1     | 2            |
|                            | Smart Tourism: la digitalización avanzada en el sector turístico.*                                    | 3    | OP                         | 1     | 2            |
| ESPECIALIDAD PROFESIONAL   | Elaboración de planes estratégicos de desarrollo turístico: estructura, contenidos y metodología      | 6    | OP                         | 1     | 2            |
|                            | Planificación y gestión de destinos y productos turísticos de <i>congresos y convenciones</i>         | 3    | OP                         | 1     | 2            |
|                            | Planificación y gestión de destinos y productos turísticos en el <i>espacio litoral y de cruceros</i> | 3    | OP                         | 1     | 2            |
|                            | Planificación y gestión de destinos y productos turísticos de <i>salud y termal</i>                   | 3    | OP                         | 1     | 2            |
|                            | Planificación y gestión de destinos y productos turísticos <i>gastronómicos y enológicos</i>          | 3    | OP                         | 1     | 2            |
|                            | Planificación y gestión de destinos y productos turísticos de <i>patrimonio cultural y natural</i>    | 3    | OP                         | 1     | 2            |
|                            | Planificación y gestión de destinos y productos turísticos <i>espirituales</i>                        | 3    | OP                         | 1     | 2            |
|                            | Planificación y gestión de destinos y productos turísticos <i>deportivos</i>                          | 3    | OP                         | 1     | 2            |
|                            | Políticas culturales y gestión patrimonial  | 3    | OP                         | 1     | 2            |
|                            | Desarrollo de nuevos modelos de negocio en el sector turístico*                                       | 6    | OP                         | 1     | 2            |
|                            | Smart Tourism: la digitalización avanzada en el sector turístico.*                                    | 3    | OP                         | 1     | 2            |
| COMÚN                      | Trabajo fin de máster   | 18   | TFM                        | 2     | 1            |
|                            | Prácticas externas  | 12   | PE                         | 2     | 1            |

\*La impartición de estas materias en ambas especialidades no requerirá de grupos separados, por lo que a efectos de organización, se integrarán los alumnos de ambas Especialidades en un único grupo.

Excepto en el Trabajo fin de máster y las prácticas externas, en las otras materias del Máster la calificación de cada alumno se hará mediante evaluación continua y la realización de un trabajo final y de un examen final (el examen es solo si el profesor lo considera necesario).

Para las Prácticas Externas (12 ECTS), el alumno debe haber superado al menos el 25% de los créditos del título. Las Prácticas Externas se realizarán en organizaciones externas a la UDC, o unidades y/o servicios de la UDC, con las que exista firmado convenio de prácticas. han de realizarse bajo la tutorización doble: un tutor por la UDC y otro por la organización donde se realizan. En el caso de las Prácticas Externas la calificación se realizará a partir de a) un informe del tutor del centro de prácticas y b) de la evaluación de una memoria realizada por el alumno

Finalmente, el alumno tiene que presentar un Trabajo de fin de máster (18 ECTS), que realizará bajo la tutorización de un profesor de la UDC (también cabe la posibilidad de cotutorización con un profesional o un profesor-investigador en turismo externo a nuestra universidad). Dicha memoria tiene que ser defendida ante un tribunal de tres miembros, del que no podrá formar parte su tutor.

Estos planteamientos son válidos para ambas especialidades y modalidades de impartición.

Tal y como se comenta anteriormente, el seguimiento del alumnado es de manera continuada en el tiempo, las entregas de trabajos y sus sucesivas revisiones se realizan a través de la continua interacción docente-alumno, por lo que la identificación de éstos, y la garantía de la autoría de los mismos resulta evidente.

#### 4.1.3 Descripción de las materias/asignaturas

|   |   |
|---|---|
| <b>Denominación</b>   | Calidad y desarrollo sostenible en organizaciones turísticas, destinos y productos turísticos |
| <b>Tipología</b>  | Obligatoria   |
| <b>Módulo</b>   | Común   |
| <b>ECTS</b>   | 6   |
| <b>Organización Temporal</b> (cuatrimestre/ anual)  | Cuatrimestre 1  |
| <b>Lenguas de impartición</b>   | Castellano/Gallego  |
| <b>Presencialidad requerida</b> (si hay varias modalidades indicar presencialidad por materia y modalidad)  | Presencial (42h) / Virtual  |
| <b>Resultados de aprendizaje</b>  |   |
| Que el alumno adquiera los conocimientos adecuados sobre los conceptos de calidad y desarrollo sostenible tanto en organizaciones turísticas como en destinos y productos turísticos.   |   |
| <b>Contenidos</b>   |   |
| Conceptos previos sobre la calidad y su evolución<br>La importancia de la calidad en el turismo como elemento diferenciador<br>La calidad y su gestión<br>La política española sobre calidad<br>El turismo sostenible y los impactos del turismo<br>Turismo como estrategia de desarrollo y turismo responsable<br>Instrumentos de medición: los indicadores de desarrollo sostenible del turismo<br>La gestión del turismo sostenible e instrumentos públicos de gestión<br>La Responsabilidad Social Empresarial<br>Códigos, guías de buenas prácticas y etiquetas<br>Los ODS |   |

|                     |   |
|---------------------|---|
| <b>Denominación</b> | Cambio social, tendencias del consumo turístico y comportamiento del consumidor |
| <b>Tipología</b>    | Obligatoria   |
| <b>Módulo</b>       | Común   |

|  |                            |
|--|----------------------------|
| <b>ECTS</b>  | 3                          |
| <b>Organización Temporal</b> (cuatrimestre/anual)  | Cuatrimstre 1              |
| <b>Lenguas de impartición</b>  | Castellano/Gallego         |
| <b>Presencialidad requerida</b> (si hay varias modalidades indicar presencialidad por materia y modalidad)   | Presencial (21h) / Virtual |
| <b>Resultados de aprendizaje</b>   |                            |
| Que al alumno conozca los cambios que está experimentando la sociedad y como afecta al consumo turístico de los productos turísticos así como al comportamiento del consumidor turístico   |                            |
| <b>Contenidos</b>  |                            |
| Factores que condicionan el consumo turístico<br>Tendencias de los factores y del consumo turístico<br>Estilos de vida y comportamiento del consumidor turístico<br>Los nuevos estilos de consumo turístico<br>Las recomendaciones de las organizaciones sobre la ética del consumo turístico<br>El comportamiento del consumidor turístico en la sociedad hipermoderna<br>La repercusión de los consumidores en la planificación gestión de los destinos y productos turísticos |                            |

|  |   |
|--|---|
| <b>Denominación</b>  | Promoción y comercialización de destinos y productos turísticos |
| <b>Tipología</b>   | Obligatoria   |
| <b>Módulo</b>  | Común   |
| <b>ECTS</b>  | 6   |
| <b>Organización Temporal</b> (cuatrimestre/anual)  | Cuatrimstre 1   |
| <b>Lenguas de impartición</b>  | Castellano/Gallego  |
| <b>Presencialidad requerida</b> (si hay varias modalidades indicar presencialidad por materia y modalidad)   | Presencial (42h) / Virtual                                      |
| <b>Resultados de aprendizaje</b>   |   |
| Conocer los formas de promoción y comercialización que son más adecuadas para los destinos y productos turísticos  |   |
| <b>Contenidos</b>  |   |
| Estrategias de Promoción y comunicación de los productos y destinos turísticos<br>Factores determinantes de la comunicación comercial<br>Identidad, Imagen y Reputación en el sector turístico<br>El mix de comunicación y sus elementos<br>Nuevas tendencias en comunicación turística: las nuevas tecnologías de la información y la comunicación aplicadas a la comunicación en el sector turístico |   |

|  |  |
|--|--|
| <b>Denominación</b>  | Dirección estratégica de las organizaciones turísticas |
| <b>Tipología</b>   | Obligatoria  |
| <b>Módulo</b>  | Común  |
| <b>ECTS</b>  | 3  |
| <b>Organización Temporal</b> (cuatrimestre/anual)  | Cuatrimstre 1  |
| <b>Lenguas de impartición</b>  | Castellano/Gallego                                     |
| <b>Presencialidad requerida</b> (si hay varias modalidades indicar presencialidad por materia y modalidad)   | Presencial (21h) / Virtual                             |
| <b>Resultados de aprendizaje</b>   |  |
| Identificar los recursos y capacidades sobre los que apoyar una estrategia competitiva en el sector turístico, eligiendo la forma organizativa más adecuada, y procurando el aprovechamiento de las ventajas competitivas más relevantes |  |
| <b>Contenidos</b>  |  |

La naturaleza y evolución del pensamiento estratégico.  
 Análisis de la relación contractual. Estudio del caso de las franquicias. Aplicación al sector turístico.  
 La misión y valores de la empresa.  
 Análisis de los recursos y capacidades. Aplicación al caso de las cadenas hoteleras  
 Los objetivos empresariales. Análisis y aplicación al sector turístico.  
 Estrategia Corporativa.  
 Estrategia Competitiva.  
 Estrategias Funcionales.  
 Análisis de casos prácticos referentes al desarrollo de la estrategia en las empresas y organizaciones turísticas.  
 Análisis del entorno general de las empresas y organizaciones turísticas.  
 Análisis del entorno específico de las empresas y organizaciones turísticas.

|   |  |
|---|--|
| <b>Denominación</b>   | Tecnologías de la Información y la Comunicación para destinos y productos turísticos |
| <b>Tipología</b>  | Obligatoria  |
| <b>Módulo</b>   | Común  |
| <b>ECTS</b>   | 6  |
| <b>Organización Temporal</b> (cuatrimestre/anual)   | Cuatrimestre 1   |
| <b>Lenguas de impartición</b>   | Castellano/Gallego   |
| <b>Presencialidad requerida</b> (si hay varias modalidades indicar presencialidad por materia y modalidad)  | Presencial (42h) / Virtual   |
| <b>Resultados de aprendizaje</b>  |  |
| Conocer y ser capaz de aplicar las tecnologías de la información y la comunicación para mejorar destinos y productos turísticos.  |  |
| <b>Contenidos</b>   |  |
| Sitios Web: Evaluación, optimización y desarrollo.<br>Sistemas de Información Geográficos.<br>La digitalización del sector turístico: nuevas tecnologías aplicadas a la mejora de destinos y productos. |  |

|   |  |
|---|--|
| <b>Denominación</b>   | Planificación y gestión de planes de Turismo. El papel de las organizaciones públicas y privadas |
| <b>Tipología</b>  | Obligatoria  |
| <b>Módulo</b>   | Común  |
| <b>ECTS</b>   | 6  |
| <b>Organización Temporal</b> (cuatrimestre/anual)   | Cuatrimestre 1   |
| <b>Lenguas de impartición</b>   | Castellano/Gallego   |
| <b>Presencialidad requerida</b> (si hay varias modalidades indicar presencialidad por materia y modalidad)  | Presencial (42h) / Virtual   |
| <b>Resultados de aprendizaje</b>  |  |
| Conocer las formas de elaboración y gestión de planes de turismo, teniendo en cuenta tanto el papel de las organizaciones privadas como de las organizaciones públicas y la normativa por la que se rigen   |  |
| <b>Contenidos</b>   |  |
| Conocer las distintas formas de planificación y gestión para la satisfacción del turista y para el desarrollo de las sociedades receptoras.<br>Los instrumentos de la política turística. Los instrumentos de colaboración público-privada.<br>Fines y objetivos de la política turística<br>Los planes turísticos: planificación indicativa, estratégica y descentralizada.<br>Elaboración de estudios económicos regionales. Sistemas de indicadores.<br>Elaboración, gestión y evaluación de planes turísticos<br>Procedimientos administrativos para tramitar los planes de turismo<br>Procedimientos administrativos para gestionar los planes (contratos, régimen sancionador, soluciones judiciales y extrajudiciales de los conflictos) |  |

|  |  |
|--|--|
| <b>Denominación</b>  | Técnicas cualitativas aplicadas al Turismo |
| <b>Tipología</b>   | Optativa                                   |
| <b>Módulo</b>  | Especialidad investigadora                 |
| <b>ECTS</b>  | 6  |
| <b>Organización Temporal</b> (cuatrimestre/anual)  | Cuatrimestre 2                             |
| <b>Lenguas de impartición</b>  | Castellano/Gallego                         |
| <b>Presencialidad requerida</b> (si hay varias modalidades indicar presencialidad por materia y modalidad)   | Presencial (42h) / Virtual                 |
| <b>Resultados de aprendizaje</b>   |  |
| Conocer y saber aplicar técnicas cualitativas para la investigación en turismo   |  |
| <b>Contenidos</b>  |  |
| Aspectos teóricos y metodológicos característicos de la investigación cualitativa. Aplicación al Turismo<br>Métodos de observación<br>Entrevista Grupal: Grupo de discusión, Grupo Delphi, Grupo Focalizado.<br>Entrevista individual: Abierta, en profundidad, Biográfica y Focalizada<br>Otras técnicas cualitativas: Brain Storming, Investigación Documental e IAP |  |

|   |   |
|---|---|
| <b>Denominación</b>   | Técnicas cuantitativas aplicadas al Turismo |
| <b>Tipología</b>  | Optativa                                    |
| <b>Módulo</b>   | Especialidad investigadora                  |
| <b>ECTS</b>   | 6   |
| <b>Organización Temporal</b> (cuatrimestre/anual)   | Cuatrimestre 2                              |
| <b>Lenguas de impartición</b>   | Castellano/Gallego                          |
| <b>Presencialidad requerida</b> (si hay varias modalidades indicar presencialidad por materia y modalidad)  | Presencial (42h) / Virtual                  |
| <b>Resultados de aprendizaje</b>  |   |
| Conocer y saber aplicar técnicas cuantitativas para su aplicación al turismo. Se enseñarán técnicas para variables de distinto nivel de medición.   |   |
| <b>Contenidos</b>   |   |
| Obtención de información para el análisis de la actividad turística.<br>Análisis univariante de la información turística<br>Análisis multivariante de la información turística<br>Extracción de la tendencia y las variaciones estacionales de las series de turismo. Números índices y deflación de series.<br>Relaciones estadísticas y relaciones causales entre las principales variables del sector turístico. |   |

|   |  |
|---|--|
| <b>Denominación</b>   | Planificación y gestión de destinos y productos turísticos de congresos y convenciones |
| <b>Tipología</b>  | Optativa   |
| <b>Módulo</b>   | Especialidad profesional   |
| <b>ECTS</b>   | 3  |
| <b>Organización Temporal</b> (cuatrimestre/anual)   | Cuatrimestre 2   |
| <b>Lenguas de impartición</b>   | Castellano/Gallego   |
| <b>Presencialidad requerida</b> (si hay varias modalidades indicar presencialidad por materia y modalidad)  | Presencial (21h) /Virtual  |
| <b>Resultados de aprendizaje</b>  |  |
| Saber planificar y gestionar un destino turístico de de congresos y convenciones, así como la elaboración de productos turísticos de dicha naturaleza |  |

| <b>Contenidos</b>  |  |
|--|--|
| Introducción al turismo de reuniones<br>Estructuras organizativas para el desarrollo del turismo de reuniones: planificación y gestión<br>El congreso, la convención y otras técnicas de reunión asociadas al mundo de la empresa turística<br>El diseño, la organización y el protocolo en el turismo de congresos y convenciones |  |

|  |  |
|--|--|
| <b>Denominación</b>  | Planificación y gestión de destinos y productos turísticos en el espacio litoral y de cruceros |
| <b>Tipología</b>   | Optativa   |
| <b>Módulo</b>  | Especialidad profesional   |
| <b>ECTS</b>  | 3  |
| <b>Organización Temporal</b> (cuatrimestre/anual)  | Cuatrimestre 2   |
| <b>Lenguas de impartición</b>  | Castellano/Gallego   |
| <b>Presencialidad requerida</b> (si hay varias modalidades indicar presencialidad por materia y modalidad) | Presencial (21h) / Virtual   |

| <b>Resultados de aprendizaje</b>  |  |
|---|--|
| Saber planificar y gestionar un destino turístico en el espacio litoral y de cruceros |  |

| <b>Contenidos</b>   |  |
|---|--|
| Conceptos de espacio litoral<br>El turismo en espacio litoral<br>Fórmulas y actuaciones para la reestructuración<br>Nuevas posibilidades en turismo en espacio litoral (Turismo y pesca, Turismo náutico, Los cruceros, Otros)<br>Análisis de casos |  |

|  |   |
|--|---|
| <b>Denominación</b>  | Planificación y gestión de destinos y productos turísticos gastronómicos y enológicos |
| <b>Tipología</b>   | Optativa  |
| <b>Módulo</b>  | Especialidad profesional  |
| <b>ECTS</b>  | 3   |
| <b>Organización Temporal</b> (cuatrimestre/anual)  | Cuatrimestre 2  |
| <b>Lenguas de impartición</b>  | Castellano/Gallego  |
| <b>Presencialidad requerida</b> (si hay varias modalidades indicar presencialidad por materia y modalidad) | Presencial (21h) / Virtual  |

| <b>Resultados de aprendizaje</b>  |  |
|---|--|
| Saber planificar y gestionar un destino turístico gastronómico y enológico, así como la elaboración de productos turísticos de dicha naturaleza |  |

| <b>Contenidos</b>  |  |
|--|--|
| Denominaciones de Origen e Indicaciones Geográficas<br>El Vino y las Bebidas Espirituosas<br>Productos de calidad: Galicia<br>Turismo y Gastronomía<br>Rutas Gastronómicas: concepto, requisitos y diseño. Casos<br>Ferias, mercados y fiestas gastronómicas<br>Turismo enológico y otros<br>Restauración<br>Demanda y productos turístico-gastronómicos<br>Administración y Oferta gastronómica<br>Últimas tendencias |  |

|   |   |
|---|---|
| <b>Denominación</b>   | Planificación y gestión de destinos y productos turísticos de patrimonio cultural y natural |
| <b>Tipología</b>  | Optativa  |
| <b>Módulo</b>   | Especialidad profesional  |
| <b>ECTS</b>   | 3   |
| <b>Organización Temporal</b> (cuatrimestre/anual)   | Cuatrimestre 2  |
| <b>Lenguas de impartición</b>   | Castellano/Gallego  |
| <b>Presencialidad requerida</b> (si hay varias modalidades indicar presencialidad por materia y modalidad)  | Presencial (21h) /Virtual   |
| <b>Resultados de aprendizaje</b>  |   |
| Saber planificar y gestionar un destino turístico basado en el patrimonio cultural y natural, así como la elaboración de productos turísticos de dicha naturaleza   |   |
| <b>Contenidos</b>   |   |
| <p>Cultura y patrimonio. Memoria colectiva y territorio. Los proyectos socioculturales.<br/> Planificación social. Estudio de necesidades y demandas culturales. Metodología y modelos de planificación.<br/> Del objeto patrimonial al producto turístico. Procesos y políticas patrimoniales y turísticas<br/> La interpretación del patrimonio como herramienta de gestión. Historia y premisas fundamentales<br/> La elaboración del mensaje interpretativo. La comunicación y la interpretación<br/> La planificación interpretativa. Fases en la planificación. El cálculo del potencial interpretativo. La evaluación.</p> |   |

|   |                            |
|---|----------------------------|
| <b>Denominación</b>   | Prácticas externas         |
| <b>Tipología</b>  | Prácticas externas         |
| <b>Módulo</b>   | Común                      |
| <b>ECTS</b>   | 12                         |
| <b>Organización Temporal</b> (cuatrimestre/anual)   | Cuatrimestre 3             |
| <b>Lenguas de impartición</b>   | Castellano/Gallego         |
| <b>Presencialidad requerida</b> (si hay varias modalidades indicar presencialidad por materia y modalidad)  | Presencial (275h) /Virtual |
| <b>Resultados de aprendizaje</b>  |                            |
| Saber llevar a la práctica profesional y/o investigadora del sector turístico los conocimientos adquiridos en los estudios de Máster, para lo que tendrá que estar durante un período de tiempo en una empresa, organización o institución donde se lleven a cabo actividades o investigaciones turísticas.   |                            |
| <b>Contenidos</b>   |                            |
| <p>Realización de tareas en el centro de prácticas<br/> Realización de un informe con:<br/> Datos del centro<br/> Índice detallado<br/> Justificación de las prácticas<br/> Características del centro (contexto, modelo organizativo, planificación, etc.)<br/> Descripción detallada del desarrollo de las prácticas y de las actividades realizadas<br/> Reflexión sobre la formación recibida</p> |                            |

|  |                            |
|--|----------------------------|
| <b>Denominación</b>  | Trabajo fin de máster      |
| <b>Tipología</b>   | Trabajo Fin de Máster      |
| <b>Módulo</b>  | Común                      |
| <b>ECTS</b>  | 18                         |
| <b>Organización Temporal</b> (cuatrimestre/anual)  | Cuatrimestre 3             |
| <b>Lenguas de impartición</b>  | Castellano/Gallego         |
| <b>Presencialidad requerida</b> (si hay varias modalidades indicar presencialidad por materia y modalidad) | Presencial (10h) / Virtual |

|  |
|--|
| <b>Resultados de aprendizaje</b>   |
| Elaboración de un trabajo de fin de máster relacionado con la planificación y/o gestión de destinos y productos turísticos, donde el alumno demuestre que sabe aplicar los conocimientos teórico-prácticos y metodológicos adquiridos durante el curso de Máster   |
| <b>Contenidos</b>  |
| La estructura de los trabajos es la siguiente: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tema</li> <li>• Revisión bibliográfica</li> <li>• Marco teórico</li> <li>• Hipótesis y variables</li> <li>• Métodos y técnicas</li> <li>• Recogida de datos</li> <li>• Análisis de los resultados</li> <li>• Conclusiones</li> <li>• Bibliografía</li> </ul> |

|  |  |
|--|--|
| <b>Denominación</b>  | El proceso de investigación en Turismo: tipos, estructura y fases  |
| <b>Tipología</b>   | Optativa   |
| <b>Módulo</b>  | Especialidad investigadora   |
| <b>ECTS</b>  | 6  |
| <b>Organización Temporal</b> (cuatrimestre/anual)  | Cuatrimestre 2   |
| <b>Lenguas de impartición</b>  | Castellano/Gallego   |
| <b>Presencialidad requerida</b> (si hay varias modalidades indicar presencialidad por materia y modalidad) | Presencial (42h) /Virtual  |
| <b>Resultados de aprendizaje</b>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Que los alumnos conozcan las distintas metodologías que se pueden utilizar para realizar una investigación.</li> <li>- Que sepan elegir la más adecuada para cada caso concreto</li> <li>- Conocer y saber desarrollar las distintas fases de la investigación</li> </ul>   |
| <b>Contenidos</b>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Distintos tipos de metodologías de investigación</li> <li>- Diferencias en la estructura de la investigación según las distintas metodologías</li> <li>- Fases de una investigación: <ul style="list-style-type: none"> <li>. Idea</li> <li>. Planteamiento del problema y de los objetivos</li> <li>. Revisión de la literatura y desarrollo del marco teórico</li> <li>. Visualización del alcance del estudio</li> <li>. Elaboración de hipótesis y definición de variables</li> <li>. Desarrollo del diseño de investigación</li> <li>. Definición y selección de la muestra</li> <li>. Recolección de datos</li> <li>. Análisis de los datos</li> <li>. Resultados</li> <li>. Contraste de hipótesis y comparación con otros estudios</li> <li>. Conclusiones</li> </ul> </li> </ul> <p>** Esta asignatura es la que proporciona la base general para una investigación. El desarrollo de las técnicas concretas se adquiere con las otras dos asignaturas dedicadas a las metodologías cualitativas y cuantitativas</p> |

|   |  |
|---|--|
| <b>Denominación</b>                               | Programa para análisis de datos cualitativos con ejemplos de Turismo |
| <b>Tipología</b>                                  | Optativa   |
| <b>Módulo</b>                                     | Especialidad investigadora   |
| <b>ECTS</b>                                       | 6  |
| <b>Organización Temporal</b> (cuatrimestre/anual) | Cuatrimestre 2   |
| <b>Lenguas de impartición</b>                     | Castellano/Gallego   |

|  |                            |
|--|----------------------------|
| <b>Presencialidad requerida</b> (si hay varias modalidades indicar presencialidad por materia y modalidad)   | Presencial (42h) / Virtual |
| <b>Resultados de aprendizaje</b>   |                            |
| Que los alumnos conozcan distintos programas informáticos para el análisis de datos cualitativos y sepan trabajar con al menos uno para poder realizar de modo informático los análisis de los datos recogidos con las técnicas cualitativas estudiadas en la materia "Técnicas cualitativas aplicadas al turismo" |                            |
| <b>Contenidos</b>  |                            |
| Distintos programas informáticos para el análisis de datos cualitativos. Ventajas e inconvenientes de cada uno de ellos<br>Introducción de los datos en uno de los programas<br>Tratamiento de los datos<br>Resultados   |                            |

|  |  |
|--|--|
| <b>Denominación</b>  | Programa para el análisis de datos cuantitativos con ejemplos de Turismo |
| <b>Tipología</b>   | Optativa   |
| <b>Módulo</b>  | Especialidad investigadora   |
| <b>ECTS</b>  | 6  |
| <b>Organización Temporal</b> (cuatrimestre/anual)  | Cuatrimestre 2   |
| <b>Lenguas de impartición</b>  | Castellano/Gallego   |
| <b>Presencialidad requerida</b> (si hay varias modalidades indicar presencialidad por materia y modalidad)   | Presencial (42h) /Virtual  |
| <b>Resultados de aprendizaje</b>   |  |
| Conocer distintos programas para el análisis de datos cuantitativos y saber utilizar al menos EXCEL y SPSS   |  |
| <b>Contenidos</b>  |  |
| Distintos programas para el análisis de datos estadísticos y su aplicación al turismo<br>EXCEL:<br>Introducción de datos<br>Tratamiento de los datos<br>Resultados<br>SPSS:<br>Introducción de variables y datos<br>Tratamiento de los datos<br>Resultados |  |

|  |  |
|--|--|
| <b>Denominación</b>  | Planificación y gestión de destinos y productos turísticos de salud y termal |
| <b>Tipología</b>   | Optativa   |
| <b>Módulo</b>  | Especialidad profesional   |
| <b>ECTS</b>  | 3  |
| <b>Organización Temporal</b> (cuatrimestre/anual)  | Cuatrimestre 2   |
| <b>Lenguas de impartición</b>  | Castellano/Gallego   |
| <b>Presencialidad requerida</b> (si hay varias modalidades indicar presencialidad por materia y modalidad)   | Presencial (21h) / Virtual   |
| <b>Resultados de aprendizaje</b>   |  |
| Saber planificar destinos, crear productos y la gestión de dichos destinos y productos, basados en temas de salud y termal.  |  |
| <b>Contenidos</b>  |  |
| La importancia del turismo de salud y del turismo termal<br>Tipos de destinos y productos turísticos basados en la salud<br>Tipos de destinos y productos turísticos basados en el termalismo<br>Los ciclos de vida de los destinos y productos basados en la salud y en el termalismo |  |

La gestión de los destinos y productos turísticos para satisfacer al cliente y para contribuir al desarrollo integral de las sociedades receptoras

|  |   |
|--|---|
| <b>Denominación</b>  | Planificación y gestión de destinos y productos turísticos espirituales |
| <b>Tipología</b>   | Optativa  |
| <b>Módulo</b>  | Especialidad profesional  |
| <b>ECTS</b>  | 3   |
| <b>Organización Temporal</b> (cuatrimestre/anual)  | Cuatrimestre 2  |
| <b>Lenguas de impartición</b>  | Castellano/Gallego  |
| <b>Presencialidad requerida</b> (si hay varias modalidades indicar presencialidad por materia y modalidad)   | Presencial (21h) / Virtual  |
| <b>Resultados de aprendizaje</b>   |   |
| Saber planificar destinos y crear productos turísticos basados en recursos espirituales.<br>Saber gestionar dichos destinos y productos para que repercutan en el bienestar de los turistas y el desarrollo integral de las sociedades receptoras  |   |
| <b>Contenidos</b>  |   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- La importancia del turismo basado en recursos espirituales en las distintas partes del mundo</li> <li>- Tipos de destinos de turismo espiritual</li> <li>- Tipos de productos de turismo espiritual</li> <li>- Los ciclos de vida de destinos y productos turísticos espirituales</li> <li>- La gestión de los destinos y productos turísticos espirituales para satisfacer al turista y para contribuir al desarrollo integral de las sociedades receptoras</li> </ul> |   |

|   |   |
|---|---|
| <b>Denominación</b>   | Planificación y gestión de destinos y productos turísticos deportivos |
| <b>Tipología</b>  | Optativa  |
| <b>Módulo</b>   | Especialidad profesional  |
| <b>ECTS</b>   | 3   |
| <b>Organización Temporal</b> (cuatrimestre/anual)   | Cuatrimestre 2  |
| <b>Lenguas de impartición</b>   | Castellano/Gallego  |
| <b>Presencialidad requerida</b> (si hay varias modalidades indicar presencialidad por materia y modalidad)  | Presencial (21h) / Virtual  |
| <b>Resultados de aprendizaje</b>  |   |
| Saber planificar destinos, crear productos y gestionar dichos destinos y productos turísticos basados en el deporte   |   |
| <b>Contenidos</b>   |   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- La importancia de turismo deportivo en el mundo</li> <li>- Distintos tipos de destinos de turismo deportivo. Su planificación</li> <li>- La creación de distintos tipos de productos turísticos basados en el deporte.</li> <li>- Los ciclos de vida de destinos y productos turísticos basados en el deporte</li> <li>- La gestión de destinos y productos turísticos deportivos para satisfacer al turista y para el desarrollo integral de las sociedades receptoras</li> </ul> |   |

|   |  |
|---|--|
| <b>Denominación</b>                               | Políticas culturales y gestión patrimonial |
| <b>Tipología</b>                                  | Optativa                                   |
| <b>Módulo</b>                                     | Especialidad profesional                   |
| <b>ECTS</b>                                       | 3  |
| <b>Organización Temporal</b> (cuatrimestre/anual) | Cuatrimestre 2                             |

|   |                           |
|---|---------------------------|
| <b>Lenguas de impartición</b>   | Castellano/Gallego        |
| <b>Presencialidad requerida</b> (si hay varias modalidades indicar presencialidad por materia y modalidad)  | Presencial (21h) /Virtual |
| <b>Resultados de aprendizaje</b>  |                           |
| Dar a conocer las políticas culturales y las sinergias con las estrategias turísticas, así como aprender a diseñar y gestionar proyectos patrimoniales de carácter turístico.   |                           |
| <b>Contenidos</b>   |                           |
| Cultura, patrimonio y museos<br>Las políticas culturales en contexto<br>Diseño de proyectos culturales<br>Iniciación a la redacción de proyectos europeos en el ámbito de la cultura y patrimonio<br>Metodología para la gestión de proyectos patrimoniales de carácter turístico<br>Herramientas e instrumentos de intervención patrimonial<br>La interpretación del patrimonio como herramienta de gestión. Historia y premisas fundamentales |                           |

|   |  |
|---|--|
| <b>Denominación</b>   | Elaboración de planes estratégicos de desarrollo turístico: estructura, contenidos y metodología |
| <b>Tipología</b>  | Optativa   |
| <b>Módulo</b>   | Especialidad profesional   |
| <b>ECTS</b>   | 6  |
| <b>Organización Temporal</b> (cuatrimestre/anual)   | Cuatrimestre 2   |
| <b>Lenguas de impartición</b>   | Castellano/Gallego   |
| <b>Presencialidad requerida</b> (si hay varias modalidades indicar presencialidad por materia y modalidad)  | Presencial (42h) /Virtual  |
| <b>Resultados de aprendizaje</b>  |  |
| Conocer la estructura que debe tener un plan estratégico de un destino turístico, los contenidos que se deben incluir en cada parte y la metodología y técnicas para elaborar dicho contenido.  |  |
| <b>Contenidos</b>   |  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- Las partes de un plan estratégico</li> <li>- La filosofía o principios de los que se parte para realizar el plan</li> <li>- El diagnóstico de: <ul style="list-style-type: none"> <li>. El contexto social, económico y cultural</li> <li>. La oferta (recursos, servicios, infraestructuras) actual y potencial</li> <li>. La demanda actual y potencial</li> <li>. Daño de cada uno de los apartados</li> </ul> </li> <li>- El pronóstico: <ul style="list-style-type: none"> <li>. Objetivos generales y específicos</li> <li>. Estrategias</li> <li>. Actuaciones</li> </ul> </li> <li>- Plano general con especificación de actuaciones y tiempos</li> <li>- Seguimiento del plan en base a los principios de calidad para los recursos y servicios, los turistas y los habitantes de las zonas receptoras</li> </ul> |  |

|   |  |
|---|--|
| <b>Denominación</b>                               | Desarrollo de nuevos modelos de negocio en el sector turístico |
| <b>Tipología</b>                                  | Optativa   |
| <b>Módulo</b>                                     | Especialidad profesional/Especialidad investigadora            |
| <b>ECTS</b>                                       | 6  |
| <b>Organización Temporal</b> (cuatrimestre/anual) | Cuatrimestre 2   |

|   |   |
|---|---|
| <b>Denominación</b>   | Smart Tourism: la digitalización avanzada en el sector turístico. |
| <b>Tipología</b>  | Optativa  |
| <b>Módulo</b>   | Especialidad profesional/Especialidad investigadora               |
| <b>ECTS</b>   | 3   |
| <b>Organización Temporal</b> (cuatrimestre/anual)   | Cuatrimestre 2  |
| <b>Lenguas de impartición</b>   | Castellano/Gallego  |
| <b>Presencialidad requerida</b> (si hay varias modalidades indicar presencialidad por materia y modalidad).   | Presencial (42h) /Virtual   |
| <b>Resultados de aprendizaje</b>  |   |
| Conocer e identificar las oportunidades derivadas de las nuevas tecnologías en el sector turístico.   |   |
| <b>Contenidos</b>   |   |
| <p>La digitalización del negocio turístico.<br/> Smart Tourism: productos y destinos turísticos inteligentes.<br/> Realidad Virtual, realidad aumentada, y otras tecnologías aplicadas al sector turístico.<br/> El Big Data aplicada a destinos y productos turísticos.<br/> El aprovechamiento de la información turística a través de la Inteligencia Artificial.<br/> Intercomunicación con el visitante o cliente turístico a través de nuevas tecnologías.<br/> ERPs, CRMs, y otros aplicativos para el sector.</p> |   |
| <b>Lenguas de impartición</b>   | Castellano/Gallego  |
| <b>Presencialidad requerida</b> (si hay varias modalidades indicar presencialidad por materia y modalidad)  | Presencial/Virtual  |
| <b>Resultados de aprendizaje</b>  |   |
| Aprender a desarrollar modelos de negocio en el sector turístico, con especial énfasis al proceso de planificación empresarial y puesta en marcha de una empresa turística  |   |
| <b>Contenidos</b>   |   |
| <p>Técnicas de creatividad aplicadas al sector turístico<br/> Lean Start-up para empresas turísticas<br/> El modelo CANVAS para el desarrollo de ideas de negocio<br/> El proceso de planificación empresarial<br/> El proceso de aceleración, rondas de inversión, incubadoras de empresas<br/> La puesta en marcha de un negocio turístico<br/> La escalabilidad y los modelos de expansión en el sector turístico</p>  |   |



## 4.2 Actividades y metodologías docentes

Actividad Formativa:

1. Modalidad presencial: Clases teóricas para la presentación de contenidos y su discusión; Seminarios para presentar y debatir ejercicios y trabajos realizados solos o en grupo; Tutorías para orientar en temas teórico-metodológicos y prácticos; Aprendizaje individual del alumno
2. Modalidad virtual: Videotutoriales, videos, PowerPoint con animación; Foros, debate online; Consultas online; Aprendizaje individual del alumno; Realización por el alumno de una historia de caso mediante información conseguida online
3. Modalidad presencial y virtual: Salidas de campo; Realización de trabajos

Metodologías Docentes

1. Modalidad presencial: Exposición por el profesor de los contenidos teóricos y metodológicos; Debate en grupos reducidos; Exposición oral
2. Modalidad presencial y virtual: Lecturas por los alumnos de los textos indicados por el profesor; Redacción de ejercicios y trabajos
3. Modalidad virtual: Foros y debate online; Exposición online; Estudio dirigido por videotutoriales, videos, PowerPoint

## 4.3 Sistemas de evaluación

1. Modalidad presencial y virtual: Evaluación continua mediante controles escritos, ejercicios entregados, participación en el aula o en foros; Trabajo final donde se refleje el dominio teórico-metodológico de la materia y/o examen final; Informe del tutor del centro de prácticas sobre actitudes y tareas; Memoria del alumno del centro de prácticas, las tareas realizadas y su aprendizaje
2. Modalidad presencial: Exposición presencial y defensa pública ante un tribunal del trabajo fin de máster
3. Modalidad virtual: Exposición online y defensa del trabajo de fin de máster ante un tribunal

## 4.4 Estructuras curriculares específicas

No existen.

## 4.5 Mecanismos de coordinación docente.

El título cuenta con distintas acciones y herramientas de coordinación. Algunas de ellas ya son parte del funcionamiento normal del centro, mientras que otras se crean específicamente para la coordinación académica del título.

Entre los organismos y figuras de gestión y coordinación cabe destacar principalmente la Junta de Centro de la Facultad, órgano colegiado en el que han de aprobarse todos los aspectos relativos a las titulaciones del Centro, y entre ellas, los aspectos académicos del Master.

Actualmente la Facultad no cuenta todavía con la existencia de Comisiones delegadas de la Junta de Centro, que previsiblemente se crearán cuando la Facultad cuente con una mayor estabilización en los próximos meses. En cualquier caso, previsiblemente contará con Comisiones delegadas para asuntos particulares como podrían ser:

- *Comisión de docencia*
- *Comisión de garantía de calidad*

Además de las comisiones anteriores, comunes a todos los títulos impartidos en el centro, existen ya específicamente las siguientes figuras y comisiones para llevar a cabo la coordinación académica del Máster.

- *Coordinador/a del título*: esta figura será la máxima responsable de la coordinación docente del título. Su principal función será el lanzamiento de las demás actuaciones de coordinación (formación de comisiones, nombramiento de coordinadores, etc.) y velar por su correcto funcionamiento, así como participar directamente en algunas de ellas.
- *Comisión académica del título*: la comisión académica del título estará formada por el/la coordinador/a del título, el/la vicedecano/a de organización académica del centro y representantes de los departamentos implicados en la docencia del título, así como del PAS y del alumnado. Su función será la valoración de necesidades y posibles cambios en toda aquella normativa académica por la que el título pueda verse afectado. Igualmente asumirá las funciones relativas a la organización del trabajo fin de master, a las prácticas externas, y será también responsable de los procesos de selección y admisión de alumnos de acuerdo con la reglamentación en la UDC.

## 5 Personal académico y de apoyo a la docencia

### 5.1 Profesorado

El profesorado del Máster lleva impartiendo docencia en el título desde hace quince años. Muchos de ellos tienen una amplia trayectoria de investigación en Turismo, con más de 20 años. La mayoría de los participantes mantienen estrecha colaboración con diversos grupos nacionales y extranjeros que trabajan sobre los temas específicos de Turismo.

Para llevar a cabo el plan de estudios propuesto para la mayor parte de las asignaturas propuestas tenemos un profesor Doctor de la UDC que se responsabilizará e impartirá la asignatura conjuntamente con otros docentes no Doctores. Para algunas asignaturas más prácticas, podrá complementarse con conferencias de expertos.

En el Trabajo de fin de máster, los alumnos optan por un tema y así se distribuyen entre los profesores oportunos, que le tutorizarán a lo largo de todo el proceso. Todo el proceso está organizado entorno a las Instrucciones para la elaboración del TFM que se revisan y aprueban cada curso.

Para la realización de las prácticas un profesor se encargará de la tutorización de la Universidad y existirá otro tutor de la organización donde realicen las prácticas, existiendo una comunicación fluida entre ambos tutores y el alumno.

A continuación, se presenta una tabla de distribución por categorías de profesorado de los créditos impartidos en el curso 20/21

| <i>Universidad</i> | <i>Categoría</i>                  | <i>Número</i> | <i>Créditos</i> | <i>Doctores</i> | <i>Acreditados</i> | <i>Sexenio vivo</i> | <i>Quinquenio vivo</i> |
|--------------------|-----------------------------------|---------------|-----------------|-----------------|--------------------|---------------------|------------------------|
| UDC                | AYUDANTE DOCTOR                   | 3             | 15              | 3               |                    | 0                   | 5                      |
| UDC                | CATEDRÁTICO ESCUELA UNIVERSITARIA | 1             | 3               | 1               |                    | 1                   | 5                      |
| UDC                | CATEDRÁTICO UNIVERSIDAD           | 1             | 2               | 1               |                    | 5                   | 11                     |
| UDC                | CONTRATADO DOCTOR                 | 9             | 30              | 9               |                    | 3                   | 14                     |
| UDC                | CONTRATADO INTERINO SUSTITUCION   | 6             | 40              | 2               |                    | 0                   | 1                      |
| UDC                | PROFESOR INEF                     | 1             | 4               | 1               |                    |                     | 5                      |
| UDC                | ASOCIADOS                         | 2             | 6               |                 |                    |                     |                        |
| UDC                | TITULAR DE UNIVERSIDAD            | 4             | 20              | 4               |                    | 5                   | 15                     |

Puede consultarse actualmente la información relativa al profesorado del Master y sus líneas de investigación, su categoría y sus méritos en la web de la UDC <https://matricula.udc.es/podaberto/> y <https://pdi.udc.es/es>

Todo el profesorado tiene conocimiento y experiencia suficiente en docencia virtual derivada de los 15 años de trayectoria del Master, habiéndose adaptado a los cambios tecnológicos vividos especialmente en los últimos años. Actualmente la plataforma aplicada sigue siendo en base Moodle (Campus Virtual), y se complementa con la plataforma de docencia online TEAMS, así como Office 365 para actividades colaborativas.

## 5.2 Otros recursos humanos

La Facultad de Turismo cuenta con un equipo de personal para Administración y Servicios y de conserjería para atender a la apertura y cierre del centro según el siguiente detalle:

Administración: 4 puestos

Biblioteca: 2 puestos de mañana y 2 puestos en el turno de tarde

Conserjería: 3 puestos en el turno de mañana, y 2 puestos en el turno de tarde

# 6 Recursos para el aprendizaje

## 6.1 Recursos materiales y servicios

La Facultad de Turismo de la UDC está situada en el Campus de A Zapateira, en un edificio compartido con la Facultad de Filología y el Centro de Lenguas de la Universidad.

Dispone de amplias y modernas instalaciones entre las que se incluyen una biblioteca, un aula con equipos informáticos y una sala de estudio abiertas durante todo el día, dos aulas informatizadas de docencia con puestos individuales completamente equipados para el alumnado, aulas con las instalaciones audiovisuales más actuales y dos salas de videoconferencia.

Dispone también de un Aula Magna con 400 puestos, un Salón de Grados, salas de reuniones, salas específicas para investigadores, y locales para uso de las asociaciones del alumnado de la Facultad.

Además de los servicios propios de la Facultad (Administración, Conserjería, Biblioteca, Asuntos Económicos, UADI), en el centro hay servicios de reprografía y de cafetería.

Para más información, puede consultarse la web de la Facultad: <https://www.udc.es/es/turismo/a-facultade/>

En cuanto a los recursos y herramientas para la docencia virtual, la UDC pone a disposición de todo su personal y alumnado un gran número de recursos concretos que pueden consultarse en: <https://www.udc.es/es/covid-19/teleformacion/>

En particular, el Máster hace un uso intensivo tanto del Campus Virtual, como de la plataforma de docencia virtual TEAMS, además de todo el paquete ofimático Microsoft 365, y herramientas particulares para el análisis de datos, como el software SPSS y Microsoft PowerBI

## 6.2 Procedimiento para la gestión de las prácticas externas

El título contempla la realización de Prácticas Externas. Para ello, todos los años se renuevan y formulan los convenios de prácticas con entidades del sector, y se articula la normativa específica de Prácticas propia del Master, que tiene como base la Normativa general de Prácticas Curriculares de la UDC: <https://www.udc.es/es/emprego/practicas/>

## Listado centros de prácticas más relevantes

1. Mario Crecente y Asociados consultores SLP (A Coruña)
2. Mr. Turismo (Santiago)
3. Valora Consultores de Gestión (A Coruña)
4. Avivae Consultores
5. Deloga Consultores
6. Goodlife Factory SL
7. Trama Solutions SL
8. Asociación Concellos Camino Inglés
9. Axencia de Turismo de Galicia
10. Consorcio Turismo A Coruña
11. Deputación de A Coruña
12. Deputación de Pontevedra
13. Deputación de Lugo
14. Consellería de Cultura e Turismo
15. Extensión Universitaria E Divulgación Ambiental De Galicia (CEIDA)

### 6.3 Previsión de dotación de recursos materiales y servicios

Para la impartición del Master se requiere una **primera Aula con un número mínimo de 20 puestos informatizados**, con acceso a la red para la utilización de las numerosas herramientas de software que se utilizan en las asignaturas de manera presencial, así como proyector y pantalla para las presentaciones de clase, y una segunda pantalla o monitor para facilitar la interacción con los estudiantes que siguen las clases en la modalidad online y a los que se les facilita la misma en Streaming en la mayor parte de los casos.

Igualmente se requiere una **segunda aula para la impartición de las optativas** solamente durante el segundo cuatrimestre, pues el grupo general se desdobra en las dos especialidades existentes, coincidiendo generalmente las asignaturas en el mismo horario, y haciendo necesario por ello la disponibilidad de un segundo aula, que en cualquier caso puede tener un número inferior de puestos informatizados (entorno a 10).

Igualmente, para facilitar la realización de los numerosos trabajos en grupo, exposiciones, casos prácticos, etc, sería recomendable disponer de una sala de trabajos donde poder realizar actividades grupales o por equipo. La disponibilidad de esta **Sala** facilitaría también la realización de Prácticas curriculares al alumnado que se integre en proyectos de innovación, transferencia o investigación gestionados por el Master, u otros que pudieran surgir en colaboración con otros equipos de investigación en materia de Turismo.

Estas infraestructuras debieran estar dotadas con el mobiliario y recursos tecnológicos suficientes

## 7 Calendario de Impartición

### 7.1 Cronograma de implantación

Teniendo en cuenta que se plantea una MODIFICACION del Plan de Estudios inicialmente previsto en el título, la implantación de la presente memoria y el nuevo plan de estudios se prevé para el Curso 2023/24, momento en el que se extinguirá el Plan de Estudios vigente.

### 7.2 Procedimiento de adaptación

Se recoge a continuación una tabla de adaptaciones para aquel alumnado que esté cursando el plan de estudios que se extinguirá y desee adaptarse al nuevo que se implante.

| PLAN DE ESTUDIOS QUE SE EXTINGUIRÁ  | PLAN DE ESTUDIOS PROPUESTO  |
|---|---|
| Materia/Asignatura  | Materia/Asignatura  |
| Turismo y desarrollo sostenible: la calidad de los destinos y productos turísticos                    | Calidad y desarrollo sostenible en organizaciones turísticas, destinos y productos turísticos         |
| Cambio social, tendencias del consumo turístico y comportamiento del consumidor                       | Cambio social, tendencias del consumo turístico y comportamiento del consumidor                       |
| Promoción y comercialización de destinos y productos turísticos                                       | Promoción y comercialización de destinos y productos turísticos                                       |
| Dirección estratégica de las organizaciones turísticas  | Dirección estratégica de las organizaciones turísticas  |
| Nuevas tecnologías aplicadas a destinos y productos turísticos  | Tecnologías de la Información y la Comunicación para destinos y productos turísticos                  |
| Planificación y gestión de planes de Turismo. El papel de las organizaciones públicas y privadas      | Planificación y gestión de planes de Turismo. El papel de las organizaciones públicas y privadas      |
| El proceso de investigación en turismo: tipos, estructura y fases                                     | El proceso de investigación en turismo: tipos, estructura y fases                                     |
| Técnicas cualitativas aplicadas al Turismo  | Técnicas cualitativas aplicadas al Turismo  |
| Programa para análisis de datos cualitativos con ejemplos de Turismo                                  | Programa para análisis de datos cualitativos con ejemplos de Turismo                                  |
| Técnicas cuantitativas aplicadas al Turismo   | Técnicas cuantitativas aplicadas al Turismo   |
| Programa para análisis de datos cuantitativos con ejemplos de Turismo                                 | Programa para análisis de datos cuantitativos con ejemplos de Turismo                                 |
|   | Desarrollo de nuevos modelos de negocio en el sector turístico  |
|   | Smart Tourism: la digitalización avanzada en el sector turístico.                                     |
| Elaboración de planes estratégicos de desarrollo turístico: estructura, contenidos y metodología      | Elaboración de planes estratégicos de desarrollo turístico: estructura, contenidos y metodología      |
| Planificación y gestión de destinos y productos turísticos de <i>congresos y convenciones</i>         | Planificación y gestión de destinos y productos turísticos de <i>congresos y convenciones</i>         |
| Planificación y gestión de destinos y productos turísticos en el <i>espacio litoral y de cruceros</i> | Planificación y gestión de destinos y productos turísticos en el <i>espacio litoral y de cruceros</i> |
| Planificación y gestión de destinos y productos turísticos de <i>salud y termal</i>                   | Planificación y gestión de destinos y productos turísticos de <i>salud y termal</i>                   |
| Planificación y gestión de destinos y productos turísticos <i>gastronómicos y enológicos</i>          | Planificación y gestión de destinos y productos turísticos <i>gastronómicos y enológicos</i>          |
| Planificación y gestión de destinos y productos turísticos de <i>patrimonio cultural y natural</i>    | Planificación y gestión de destinos y productos turísticos de <i>patrimonio cultural y natural</i>    |
| Planificación y gestión de destinos y productos turísticos <i>espirituales</i>                        | Planificación y gestión de destinos y productos turísticos <i>espirituales</i>                        |
| Planificación y gestión de destinos y productos turísticos <i>deportivos</i>                          | Planificación y gestión de destinos y productos turísticos <i>deportivos</i>                          |
| Planificación y gestión de destinos y productos turísticos <i>para grupos especiales</i>              | Políticas culturales y gestión patrimonial  |
|   | Desarrollo de nuevos modelos de negocio en el sector turístico  |
|   | Smart Tourism: la digitalización avanzada en el sector turístico.                                     |
| Trabajo fin de máster   | Trabajo fin de máster   |
| Prácticas externas  | Prácticas externas  |

### 7.3 Enseñanzas que se extinguen

Se extingue el título anterior Máster Universitario en Planificación y Gestión de Destinos y Productos turísticos.

## 8 Sistema interno de garantía de calidad

### 8.1 Sistema interno de garantía de calidad

Todos los centros de la UDC disponen de un Sistema de Garantía Interna de Calidad (SGIC), verificados por la Agencia para a Calidade do Sistema Universitario de Galicia (ACSUG) y ANECA en los programas FIDES y AUDIT, respectivamente, y de acuerdo con los Criterios y Directrices de Garantía de Calidad del EEES. Dentro de los SGIC de los centros se integran todos sus grados y másteres.

Enlace: <https://sgic.udc.es/seguimiento.php?id=662>

### 8.2 Medios para la información pública

La información sobre el Título es pública y fácilmente accesible para todos los grupos de interés. Por supuesto, toda la información publicada es coherente con la Memoria verificada del título. Para acceder a ella el alumnado cuenta con 4 páginas web donde puede consultar toda la información

Portal de estudios en la Universidade da Coruña: <https://estudios.udc.es/es/study/start/4524v01>

Página web de la Facultade de Turismo <https://udc.gal/es/turismo/>

Página web de la Universidade da Coruña <https://www.udc.es/>

Página web del Master: <https://masterturismoplanificacion.wordpress.com/> actualmente migrando hacia <https://masterturismo.udc.es/>