



NCG71/8: Máster propio en gestión de empresas, productos y destinos turísticos rurales, 1ª edición

- Aprobado en la sesión extraordinaria del Consejo de Gobierno de 20 de mayo de 2013

Respuesta a la evaluación de la propuesta del Máster Propio en “Gestión y Dirección de Empresas de Turismo Rural y Gestión de Productos y Destinos Turísticos Rurales” 13/M/040

**CONSEJO ASESOR DE ENSEÑANZAS DE POSGRADO (CAEP)
COMISIÓN DE RAMA DE CIENCIAS SOCIALES Y JURÍDICAS**

Marzo 2013

A continuación se responde y cumplimenta cada una de las observaciones realizadas por el informe de la mencionada Comisión (en fuente cursiva):

- 1. El título que se propone parece demasiado amplio, por lo que se propone para su estudio el siguiente: Máster Propio en Gestión de Empresas, Productos y Destinos Turísticos Rurales.*

Muchas gracias por esta sugerencia. El título indicado por la Comisión nos parece acertado. Se pasa a modificar el título anterior por este nuevo en los documentos de la propuesta.

- 2. Como debilidad importante no se contempla la posibilidad de realización de prácticas en empresas o instituciones, lo cual puede limitar bastante la capacidad formativa de los alumnos.*

La temática propuesta para el máster contempla un alto grado de especialización, factor que influye en que su público objetivo se caracterice por una gran dispersión geográfica, por lo que se ha optado por realizarlo completamente online.

De este modo, el equipo que propone este máster consideró no ofrecer prácticas en empresas u organizaciones por los siguientes motivos:

1. Dotar a este máster de la posibilidad de realizar prácticas podría ser muy complicado dada la dispersión geográfica de los alumnos potenciales y por tanto, de las empresas y organizaciones en la que podrían realizar estas prácticas. Esta dispersión geográfica puede ser un grave impedimento para desarrollar acuerdos con empresas (¿con cuáles y dónde?). Consideramos sería una práctica imposible establecer acuerdos en empresas que realicen su actividad la residencia del alumnado dado que desconocemos este dato. También sería un inconveniente importante plantear la realización de las prácticas en un punto geográfico determinado, ya que podemos pensar que muchos alumnos no estarían dispuestos a realizar un desplazamiento, especialmente, tratándose de alumnos de un máster online, donde uno de los principales atractivos es poder realizarlo desde cualquier ubicación geográfica.

2. Este máster está orientado principalmente a personas que ya están trabajando y, por tanto, no tienen tiempo suficiente como para atender a un curso presencial. En estas circunstancias no se reduce el atractivo del máster, sino más bien se aumenta ya que en estos casos, las prácticas en empresas, para estos alumnos objetivo pueden ser vistas como un protocolo administrativo a cumplir, al contar éstos con experiencia laboral y por tanto con esta capacidad formativa.

3. El alumno puede las capacidades formativas que la comisión menciona a través de las múltiples prácticas que en cada uno de los cursos se realizan, donde se buscará aplicar la teoría mediante simulaciones, casos prácticos, trabajos individuales y en grupo, y demás dinámicas formativas que permitan el desarrollo de carácter práctico de los contenidos del máster. Como garantía de esta implementación, este máster cuenta con una proporción importante de docentes que son profesionales en el ámbito del turismo rural y con el acuerdo y colaboración del Patronato Provincial de Turismo de Granada y de la Escuela Internacional de Turismo Rural.

3. Al tratarse de un máster virtual no presencial no se aclara cómo se afrontará el pago de los contenidos del máster en las siguientes ediciones, en qué medida se van a renovar y el importe a destinar a ello. Para el primer año parece lógico asumir ese coste de realización de materiales, pero no para los siguientes. Por tanto, este Consejo se cuestiona si es adecuado que los alumnos de la primera edición deban asumir íntegramente el coste de realización de los materiales o si debieran prorratearse estos entre los alumnos de varias ediciones.

La virtualización de contenidos, así como el alojamiento del contenido del máster, se realizan a través del CEVUG al ser virtual u online. Este organismo de la Universidad de Granada establece las partidas del presupuesto y las cantidades asignadas a las partidas de virtualización y alojamiento web, así como la remuneración a autores del contenido y tutores, por lo que el margen de discrecionalidad sobre la elaboración del presupuesto es marginal.

El CEVUG establece este presupuesto para cada año, aunque como bien señala la Comisión, la “realización de materiales” (como la virtualización) se desarrolla principalmente en la primera edición. Dado que el CEVUG establece el presupuesto, el equipo que propone este máster deja a la discrecionalidad de la Comisión que contacte con el CEVUG para solicitar un cambio en el establecimiento del presupuesto, como el prorrateo de los costes de aspectos que van a ser aprovechados de una edición a otra.

4. Aunque la planificación es coherente con los objetivos propuestos sería interesante incluir en la misma más contenidos y actividades relacionados con la internacionalización del turismo rural en España.

En el ámbito del turismo rural, la internacionalización es un concepto que atañe exclusivamente a las estrategias promocionales y comerciales, de este modo, aunque la temática de la internacionalización no aparece como tal, el Módulo 2: Fundamentos para la gestión de empresas de turismo rural (12 ECTS) dedica dos de sus cursos a las estrategias para la gestión de un alojamiento rural y dirección comercial, en cuyos contenidos se hace especial énfasis en las actividades relacionadas con la promoción exterior e internacionalización. No obstante, al tratarse de una sugerencia valiosa, incluiremos en dichos cursos epígrafes que puedan indicar

estos contenidos que antes se encontraban de manera transversal en cada uno de los contenidos. De tal forma que la estructura de estos cursos quedaría:

Curso 2.1 Estrategias funcionales de la gestión de un alojamiento rural (4 ECTS)

- 2.1.1 Introducción a la administración del alojamiento rural.
- 2.1.2 Dirección financiera.
- 2.1.3 Dirección de Operaciones.
- 2.1.4 Dirección de recursos humanos.
- 2.1.5. **Internacionalización**
- 2.1.6 Prácticas sobre el tema.
- 2.1.7 Desarrollo de proyecto sobre el tema.
- 2.1.8 Examen.

Curso 2.2: Dirección comercial (4 ECTS)

- 2.2.1 Introducción.
- 2.2.2 Comercialización del alojamiento rural.
- 2.2.3 Promoción y comercialización de alojamientos rurales con TIC e **internacionalización**.
- 2.2.4 Prácticas sobre el tema.
- 2.2.5 Desarrollo de proyecto sobre el tema.
- 2.2.6 Examen.

Respecto al contenido del Módulo 3: Gestión de la información turística en destino (12 ECTS), se modifica el título para recoger contenidos y actividades relacionados con la internacionalización del turismo rural en España, tal y como ha indicado acertadamente la Comisión , quedando:

Curso 3.2 Información turística de destinos rurales (4 ECTS)

- 3.2.1 Elaboración de la información turística.
- 3.2.2 Gestión de la comunicación del patrimonio en destinos rurales.
- 3.2.3 **Gestión de la comunicación de destinos rurales a nivel internacional.**
- 3.2.4 Prácticas sobre el tema.
- 3.2.5 Desarrollo de proyecto sobre el tema.
- 3.2.6 Examen.

Curso 3.3 Marketing de productos y servicios turísticos rurales (4 ECTS)

- 3.3.1 Introducción al marketing turístico local.
- 3.3.2 Estrategias de comercialización turísticas.
- 3.3.3 **Estrategias de comercialización turísticas a nivel internacional.**
- 3.3.4 Concepción holística del producto y servicio turístico: Servucción.
- 3.3.5 Prácticas sobre el tema.
- 3.3.6 Desarrollo de proyecto sobre el tema.
- 3.3.7 Examen.

5. *Se debería profundizar en los contenidos relacionados con las innovaciones que se están produciendo dentro de la gestión turística, en general, y la rural en particular: uso de redes sociales, SEO/SEM, móvil, geolocalización, etc.*

Efectivamente, se trata de un aspecto fundamental, y aunque no se ha desglosado en el programa, la aplicación de todas estas tecnológicas, uso, implicaciones y gestión, está contemplada dentro del término TIC (Tecnologías de la información y la comunicación).

6. *Teniendo en cuenta que parte de la bibliografía que se propone está en inglés sería conveniente establecer dentro de los criterios de selección algún requisito de conocimiento de este idioma.*

Gracias por esta observación. Siguiendo el consejo de la Comisión añadimos a los criterios de selección del alumnado establecidos, el de conocimiento del inglés a nivel medio:

11. REQUISITOS DE ADMISIÓN:

Admission Requirements

1- Título universitario de Diplomatura/Licenciatura o Grado en alguna de los siguientes ramas generales de conocimiento:

C. Económicas y Empresariales.
Ciencias Jurídicas
Ciencias Sociales
Artes y Humanidades
Ingeniería y Arquitectura

2- En caso de ausencia de la formación universitaria referenciada anteriormente, experiencia profesional o formación avanzada relevante en el ámbito del turismo.

3- Conocimientos de español (lengua materna o certificación para estudiantes internacionales de nivel suficiente equivalente al menos a A2)

4- **Conocimiento de inglés de nivel medio.**

7. *No están suficientemente bien delimitados los títulos que darían acceso al máster, dado que lo que se señala no corresponde ni a titulaciones específicas ni a ramas generales del conocimiento.*

En el punto 11 del documento “Información General” se especifican las titulaciones que darán acceso al máster:

“1- Título universitario de Diplomatura/Licenciatura o Grado en alguna de los siguientes ramas generales de conocimiento: C. Económicas y Empresariales, Ciencias Jurídicas, Ciencias Sociales, Artes y Humanidades, Ingeniería y Arquitectura.”

Con esto queremos indicar todas las titulaciones de estas ramas, que vienen a coincidir con las titulaciones que esta Comisión de Rama evalúa.

No consideramos que sea necesario establecer de forma pormenorizada todas las titulaciones ya que dado su diversa denominación en las distintas universidades de todo el mundo y sus más que posibles cambios futuros, estaríamos aplicando un criterio terminológico más que un criterio académico.

8. El requisito de conocimiento de español (A2) parece muy poco exigente para un estudiante extranjero que debe enfrentarse a estudios de nivel de máster. Relacionado con esto, para los estudiantes extranjeros el nivel de español es un requisito necesario y, por tanto, no debiera considerarse como criterio de baremación, en todo caso establecer como criterio un nivel superior al requisito (de acuerdo a las directrices de RRII).

Muchas gracias por esta observación. Efectivamente se trata de una consideración plenamente acertada, por lo que se procede a modificar este requisito, exigiendo un nivel superior al A2.

11. REQUISITOS DE ADMISIÓN:

Admission Requirements

1- Título universitario de Diplomatura/Licenciatura o Grado en alguna de los siguientes ramas generales de conocimiento:

C. Económicas y Empresariales.
Ciencias Jurídicas
Ciencias Sociales
Artes y Humanidades
Ingeniería y Arquitectura

2- En caso de ausencia de la formación universitaria referenciada anteriormente, experiencia profesional o formación avanzada relevante en el ámbito del turismo.

3- Conocimientos de español (lengua materna o certificación para estudiantes internacionales de nivel superior al A2)

4- Conocimiento de inglés de nivel medio.

9. En la justificación de la propuesta se echa de menos referencias a la existencia de programas similares al propuesto en el ámbito regional y/o nacional que permita llegar a entender la idoneidad y oportunidad de implantar el título. Tampoco está del todo bien

fundamentada el interés y relevancia académica del título. Se aportan pocas referencias y no muy actualizadas.

Gracias por realizar esta observación. Siguiendo las sugerencias de la Comisión, hemos modificado el punto III de la propuesta (sub-epígrafe 2), de tal forma que el interés y la relevancia del título quedan justificados de forma más evidente. Además se incluyen referencias sobre programas similares.

2. Justificar la propuesta atendiendo a los criterios anteriores:

(ver comentario)

Proposal Justification

El buen funcionamiento de las empresas, unidades básicas de una economía de mercado, es fundamental para el éxito de la economía de un país y de una actividad económica. El turismo presenta además unas características específicas que demandan conocimientos, habilidades y actitudes diferenciadas. Su trato directo con el cliente final, el predominio de las PYME'S y la necesidad de conocimientos extraturísticos son algunas de las más importantes, que obligan a desarrollar conocimientos especializados sobre las mismas.

Adicionalmente, es preciso tener en cuenta que ante un mercado turístico, cada día más competitivo, en el que la oferta, tanto de empresas como de destinos turísticos, crece a ritmos más elevados al que lo hace la demanda turística, es preciso encontrar ventajas comparativas –recursos naturales y culturales, localización, mano de obra barata y abundante, etc. con las que hacer frente al resto de los competidores. En este sentido, la formación se convierte en un importante valor a añadir al resto de los factores y convertir cada uno de ellos en un hecho diferencial, de tal forma que nos garanticen la competitividad sostenible de empresas y destinos turísticos.

Por otra parte, en la actividad turística actual cada vez cobra mayor importancia la presencia de productos específicos, especialmente en los campos del medio ambiente, la cultura, el deporte, la salud y los negocios, por ello la importancia de disponer de técnicos especializados en la gestión de los productos como tipologías de actividades turísticas. Del mismo modo, la presencia de lo público ha irrumpido cada vez con más fuerza en turismo, ya que en ella se basa buena parte de los aspectos diferenciadores de los destinos, esencia de la competitividad de los mismos y referencia final de la estancia del turista.

En especial, el turismo rural es particularmente relevante al permitir proteger gran parte de las riquezas naturales y culturales y permitir la gestión sostenible de la actividad turística, la cual puede contribuir a lograr una mejora en la calidad de vida de los habitantes, su crecimiento económico y la conservación y revalorización del patrimonio. Además, puede fomentar la creación de oportunidades para el desarrollo local a través de la generación de empleo y el surgimiento de proyectos locales de conservación, ya sea de especies animales, vegetales o de la biodiversidad en general (OMT, 2003)

Según la Organización Mundial del Turismo (OTM) y el Banco Mundial, el turismo rural es una actividad económica que permite un alivio de la pobreza y un crecimiento sostenible, que deben ser implementados desde dentro de la comunidad, para de esta forma crea oportunidades de negocio para los locales y también para estimular por completo el desarrollo económico y cultural de las áreas locales (OMT, 2008). Esta idea también ha sido ratificada desde foros académicos y respaldada por la investigación científica, como los trabajos de Garrod, Wornell, y Youell (2006),

Hwang, Stewart y Ko (2012) y, Lordkipanidze (2002), entre otros.

La importancia del turismo rural, ha quedado reflejado por la propia Organización Mundial del Turismo (OMT) en su informe “Turismo: Panorama 2020, previsiones mundiales y perfiles de los segmentos de mercado”, donde estima que el mercado del turismo rural ofrece un gran potencial e indica que el turismo rural está experimentando un crecimiento anual de aproximadamente seis por ciento. Creciendo, por tanto, por encima de la tasa promedio de crecimiento del turismo mundial.

Es tal la importancia de este turismo rural que esta temática ocupa gran parte de la investigación en el área del turismo, en particular en los últimos años, tal y como se puede comprobar si se realiza una búsqueda en la base de datos Web of Science. Investigaciones recientes sobre el estudio del turismo rural han sido publicadas en los últimos años en revistas de alto impacto como Pena, Jamilena, Molina (2013), Phillips et al. (2013) y Polo-Pena, Frias-Jamilena, Rodriguez-Molina (2012), entre muchos otros.

España es uno de los destinos turísticos más importantes del mundo y con una oferta extensa y variada de turismo rural, además, como hemos señalado anteriormente, el turismo rural tiene un gran potencial, por lo cual estimamos que la demanda de formación específica en la gestión tanto de empresas como de destinos turísticos puede ser muy elevada. La oferta de máster sobre gestión de empresas y destinos turísticos es muy reducida. Por el momento, en las búsquedas realizadas en dos grandes buscadores de máster (www.mastermania.com y www.tumaster.com) no se ha encontrado un máster sobre la temática del máster que se propone (gestión de empresas y destinos turísticos).

Adicionalmente, es importante destacar que aunque la gestión turística tiene una representación importante en la docencia de la Universidad de Granada, ésta no posee un título de posgrado especializado en esta variedad cada vez más importante y destacada dentro de la economía de nuestro país.

Bibliografía

- Garrod, B., Wornell, R., Youell, R. (2006). Re-conceptualising rural resources as countryside capital: the case of rural tourism. *Journal of Rural Studies*, 22: 117–128.
- Hwang, D., Stewart, W. P., Ko, D. W. (2012). Community Behavior and Sustainable Rural Tourism Development. *Journal of Travel Research*, 51 (3): 328-341.
- Lordkipanidze, M. (2002). *Enhancing Entrepreneurship in Rural Tourism for Sustainable Regional Development: The case of Söderslätt region, Sweden*. The International Institute for Industrial Environmental Economics, IIEE Report 2002:10.
- OTM World Tourism Organization (2001). *Turismo: Panorama 2020, previsiones mundiales y perfiles de los segmentos de mercado*. OMT, Madrid.
- OTM World Tourism Organization (2003). *Rural tourism in the Americas and its contribution to job creation and heritage conservation*. OMT, Madrid.
- OTM World Tourism Organization (2006). International Forum on Rural Tourism: Final Report – Guiyang, Guizhou Province, China, 4 – 6 September 2006. ISBN: 978-92-844-1275-4. World Tourism Organization, Madrid.
- Pena, A. I. P., Jamilena, D. M. F., Molina, M. A. R. (2013). Market Orientation as a Strategy for the Rural Tourism Sector: Its Effect on Tourist Behavior and the Performance of Enterprises. *Journal of Travel Research*, 52 (2): 225-239. DOI: 10.1177/0047287512459108.

Phillips, W. J. Wolfe, K. Hodur, N., Leistritz, F. L. (2013). Tourist Word of Mouth and Revisit Intentions to Rural Tourism Destinations: a Case of North Dakota, USA. *International Journal of Tourism Research* 15 (1): 93-104. DOI: 10.1002/jtr.879.

Polo-Pena, A. I., Frias-Jamilena, D. M., Rodriguez-Molina, M. A. (2012). Marketing practices in the Spanish rural tourism sector and their contribution to business outcomes. *Entrepreneurship and Regional Development*, 24 (7-8): 503-521. DOI: 10.1080/08985626.2011.617787.

10. *En el punto 3.1. Tutorías. Se habla que la asignación de los alumnos a tutores dependerá de la “actividad de la empresa para prácticas” cuando anteriormente se decía que no se contemplaban prácticas en el máster. Es necesario aclarar esta circunstancia.*

Gracias por esta observación. Efectivamente, se trata de una errata que ha sido corregida.

11. *Dentro del apartado de Información Académica, y al cumplimentar los datos relativos a la cualificación profesional/empleos a los que la titulación daría acceso, se incluye el perfil de Responsables de Planificación Turística y de Gestión Turística Territorial, afirmación que resulta poco adecuada pues los contenidos de planificación territorial están ausentes dentro de los módulos del máster. La capacitación plena como planificadores turísticos del territorio supondría la inclusión de, al menos, las siguientes competencias:*

Comprender la dimensión espacial del turismo.

Evaluar los potenciales turísticos y el análisis prospectivo de su explotación.

Identificar y gestionar espacios y destinos turísticos.

Gestionar el territorio turístico de acuerdo con los principios de sostenibilidad.

Analizar los impactos generados por el turismo.

Comprender un plan público y las oportunidades que se derivan para el sector privado.

Conocer los objetivos, la estrategia y los instrumentos públicos de la planificación.

Detectar necesidades de planificación técnica de infraestructuras e instalaciones turísticas.

Es cierto que una capacitación plena como planificadores turísticos del territorio exige un conocimiento profundo de los aspectos mencionados por la Comisión, muchos de los cuales, no obstante, se recogen en el Curso 1.3 sobre Introducción a la gestión de destinos turísticos rurales, el cual contiene un epígrafe sobre la Introducción al desarrollo territorial y rural, además de otros cursos que también recogen contenidos propios de la planificación turística y gestión turística territorial.

De este modo, de acuerdo con la cuestión planteada por la Comisión, entendemos que lo más acertado sería eliminar la mencionada cualificación del apartado de Información Académica para no generar excesivas expectativas al respecto.

12. Se debería hacer hincapié en aspectos relativos a los sistemas de calidad (Q de calidad, Carta Europea del Turismo Sostenible en Espacios Naturales Protegidos, etc.) y el tratamiento de los colectivos con demandas específicas y necesidades especiales de accesibilidad.

Se trata de una apreciación muy acertada por lo que se introduce en el Curso 2.1 Estrategias funcionales de la gestión de un alojamiento rural, un epígrafe en el que se trata la temática propuesta por la comisión. Quedando finalmente:

Curso 2.1 Estrategias funcionales de la gestión de un alojamiento rural (4 ECTS)

2.1.1 Introducción a la administración del alojamiento rural.

2.1.2 Dirección financiera.

2.1.3 Dirección de Operaciones.

2.1.4 Dirección de recursos humanos.

2.1.5. Internacionalización.

2.1.6 Sistemas de gestión medioambientales y de calidad.

2.1.7 Prácticas sobre el tema.

2.1.8 Desarrollo de proyecto sobre el tema.

2.1.9 Examen.

CÓDIGO: VERSIÓN:

(A rellenar por la Escuela de Posgrado)

Título del Curso: MASTER PROPIO EN GESTIÓN DE EMPRESAS, PRODUCTOS Y DESTINOS TURÍSTICOS RURALES.

Course Title Master in Tourism Destination and Organizations Management

(Formación Virtual / On Line)

Edición: 1ª

Edition

ÓRGANO PROPONENTE: Departamento de Organización de Empresas

School Proposing the Course: Department of Management

NOMBRE Y DIRECCIÓN DEL CENTRO ORGANIZADOR:

Name and Address of the Organizing Institution

**Escuela de Posgrado de la Universidad de Granada
Avda. Constitución, 18. Pasaje Elvira.
18071.- Granada****Dirección del curso:**

Course Director

Inmaculada Martín Tapia**Coordinación del curso:**

Course Coordinator

Pascual Rivas Palomo (Patronato Provincial de Turismo de Granada)**Granada, a 14 de diciembre de 2012****Firmado:****NOTA: Junto a este Proyecto se tendrán que presentar los siguientes documentos:**

- *Autorización del uso de instalaciones.*
- *Aprobación del curso por parte del órgano proponente, según artículo 5 de la Normativa de Enseñanzas Propias de la Universidad de Granada.*
- *Documento de formalización de subvenciones.*
- *CV del profesorado externo a la Universidad de Granada y profesionales.*

I. INFORMACIÓN GENERAL

GENERAL INFORMATION

1. TÍTULO(S) OFERTADO(S) (Indicar denominación completa):

Master en gestión y dirección de empresas de turismo rural y en gestión de productos y destinos turísticos rurales

(Formación On Line - Virtual)

Degree Awarded

Título Propio de Máster por la Universidad de Granada

2. UNIVERSIDADES PARTICIPANTES: (ver comentario)

Universities taking part in the program

Universidad	Tipo de participación
Universidad de Granada	Organizador

Comentario [J1]: En el campo "Tipo de participación" indicar uno de los siguientes:

- Convenio interuniversitario.
- Reconocimiento de título.
- Otros.

3. EMPRESAS E INSTITUCIONES PÚBLICAS COLABORADORAS: (ver comentario)

Institutions/Enterprises collaborating on the program

Institución/Empresa	Tipo de participación
PATRONATO PROVINCIAL DE TURISMO DE GRANADA	Colaboración

Comentario [J2]: En el campo "Tipo de participación" elegir entre los siguientes:

- PATROCINIO:
 - Aportación financiera.
 - Financiación de becas.
 - Otros.
- COLABORACIÓN:
 - Impartición de docencia.
 - Recepción de alumnos en prácticas.
 - Otros.

5. DURACIÓN (Horas): Duration	1500	Créditos ECTS: Credits ECTS	60
6. Nº DE ALUMNOS: Number of Students	30	Nº mínimo de alumnos para asegurar la viabilidad del proyecto: Minimum number of Students for the viability of the program: <small>(ver comentario)</small>	20

Comentario [J3]: Indicar el número mínimo de alumnos con los que se podría realizar el curso, previo reajuste provisional del presupuesto

7. FECHAS PREVISTAS

Planned Calendar

Fecha de inicio First Entry	1 octubre de 2013
Fecha de finalización Closing date	30 septiembre de 2014
Especificar período sin clases dentro de las fechas de realización, en su caso	Fines de semana y festivos en calendario académico oficial de la Universidad de Granada

8. HORARIO PREVISTO (días y horario/día):

Planned timetable

Programa a distancia (online).

Estudiante decidirá su propio horario con una dedicación media prevista aproximada de 5-4 horas diarias de Lunes a Viernes (o su equivalente en la semana) para los 4 primeros módulos (cursos) y 5 horas diarias de Lunes a Viernes para el módulo 5 (proyecto), o su equivalente en la semana.

9. LUGAR DE REALIZACIÓN DEL CURSO:

Classroom Address

No aplicable (Programa a distancia, online)

10. RAMA/S DE CONOCIMIENTO: (ver comentario)

Knowledge Fields

Ciencias Sociales y Jurídicas

11. REQUISITOS DE ADMISIÓN:

Admission Requirements

1- Título universitario de Diplomatura/Licenciatura o Grado en alguna de los siguientes ramas generales de conocimiento:

C. Económicas y Empresariales.

Ciencias Jurídicas

Ciencias Sociales

Artes y Humanidades

Ingeniería y Arquitectura

2- En caso de ausencia de la formación universitaria referenciada anteriormente, experiencia profesional o formación avanzada relevante en el ámbito del turismo.

Conocimientos de español (lengua materna o certificación para estudiantes internacionales de nivel superior al A2)

4- Conocimiento de inglés de nivel medio.

Comentario [J4]: Escoger

entre las siguientes opciones:

- Artes y Humanidades.
- Ciencias.
- Ciencias de la Salud.
- Ciencias Sociales y Jurídicas.
- Ingeniería y Arquitectura.

12. PROCEDIMIENTO Y CRITERIOS DE ADMISIÓN EN CURSOS CON PREINSCRIPCIÓN:

[\(ver comentario\)](#)

Admission Procedure and Entry Criteria.

Es necesaria preinscripción en su curso

- * Baremación de expediente académico (40%)
- * Experiencia profesional en currículum vitae (40%)
- * Conocimientos certificados de idioma inglés para estudiantes con español como lengua materna o conocimientos avanzados de español para estudiantes que no tengan el español como lengua materna (20%)

La dirección y coordinación del Máster se reservan la posibilidad de poder requerir el desarrollo de una entrevista virtual para la valoración definitiva de alguno de los aspectos considerados en este baremo.

En caso afirmativo deberá tener en cuenta:

1. Que habrá un proceso de baremación que tendrá que realizar el Director/Coordinador o personas que se designen.
2. Qué se deberá indicar el baremo que se empleará para la admisión de alumnos, si no se especifica, se utilizará el siguiente criterio:
 - a. Expediente Académico (60%)
 - b. Otros méritos: Currículum vitae, experiencia profesional etc. (40%)
3. Qué será necesario publicar la lista provisional de admitidos, establecer un plazo de reclamaciones y resolver las mismas.

Comentario [J5]: En caso de existir preinscripción, si no se especifica, se utilizará el siguiente criterio: Expediente académico (60%) – Otros méritos: Currículum vitae, experiencia profesional (40%). La Dirección del Programa será la encargada de realizar la selección siguiendo los criterios anteriores

13. HOMOLOGACIÓN:

Admission Procedure and Entry Criteria.

Si tiene previsto que el curso sea homologado por alguna Administración o Institución, distinta a la Universidad de Granada, indique en los siguientes apartados lo que corresponda:

Sí. Indique que Institución:

En caso de seleccionar Otra, indique cual:

No

En caso afirmativo, indique el procedimiento para su tramitación:

- A solicitud de la propia Dirección del proyecto formativo.
- Mediante petición a la Escuela de Posgrado, cuando se trate fundamentalmente de cursos a homologar por el Instituto Andaluz de Administración Pública. En este caso, se deberá entregar la documentación requerida por dicho Instituto.

III. JUSTIFICACIÓN DEL PROGRAMA

RATIONALE

1. REFERENTES ACADÉMICOS (señalar aquello que justifique la presentación del proyecto):

Academic References

	Marca de Selección
Adecuación a los objetivos estratégicos de la Universidad o Universidades	<input checked="" type="checkbox"/>
Interés y relevancia académica-científica-profesional	<input checked="" type="checkbox"/>
Existencia de programas similares en el contexto regional, nacional, internacional	<input checked="" type="checkbox"/>
Derivación de un título anterior	<input checked="" type="checkbox"/>
Otros (especificar):	<input type="checkbox"/>

2. Justificar la propuesta atendiendo a los criterios anteriores: (ver comentario)

Proposal Justification

El buen funcionamiento de las empresas, unidades básicas de una economía de mercado, es fundamental para el éxito de la economía de un país y de una actividad económica. El turismo presenta además unas características específicas que demandan conocimientos, habilidades y actitudes diferenciadas. Su trato directo con el cliente final, el predominio de las PYME'S y la necesidad de conocimientos extraturísticos son algunas de las más importantes, que obligan a desarrollar conocimientos especializados sobre las mismas.

Adicionalmente, es preciso tener en cuenta que ante un mercado turístico, cada día más competitivo, en el que la oferta, tanto de empresas como de destinos turísticos, crece a ritmos más elevados al que lo hace la demanda turística, es preciso encontrar ventajas comparativas –recursos naturales y culturales, localización, mano de obra barata y abundante, etc. con las que hacer frente al resto de los competidores. En este sentido, la formación se convierte en un importante valor a añadir al resto de los factores y convertir cada uno de ellos en un hecho diferencial, de tal forma que nos garanticen la competitividad sostenible de empresas y destinos turísticos.

Por otra parte, en la actividad turística actual cada vez cobra mayor importancia la presencia de productos específicos, especialmente en los campos del medio ambiente, la cultura, el deporte, la salud y los negocios, por ello la importancia de disponer de técnicos especializados en la gestión de los productos como tipologías de actividades turísticas. Del mismo modo, la presencia de lo público ha irrumpido cada vez con más fuerza en turismo, ya que en ella se basa buena parte de los aspectos diferenciadores de los destinos, esencia de la competitividad de los mismos y referencia final de la estancia del turista.

En especial, el turismo rural es particularmente relevante al permitir proteger gran parte de las riquezas naturales y culturales y permitir la gestión sostenible de la actividad turística, la cual puede contribuir a lograr una mejora en la calidad de vida de los habitantes, su crecimiento económico y la conservación y revalorización del patrimonio. Además, puede fomentar la creación de oportunidades para el desarrollo local a través de la generación de empleo y el surgimiento de proyectos locales de conservación, ya sea de especies animales, vegetales o de la biodiversidad en general (OMT, 2003)

Según la Organización Mundial del Turismo (OTM) y el Banco Mundial, el turismo rural es una

Comentario [J6]: Campo obligatorio. Se puede utilizar un Anexo para completar la información.
Deberá acompañar aquellas evidencias que considere oportunas para respaldar los argumentos utilizados. Cartas de recomendación de autoridades académicas, estudios de demanda del mercado laboral, del entorno socio-económico, previsiones de empleabilidad, pueden servir para justificar la presentación del proyecto.

actividad económica que permite un alivio de la pobreza y un crecimiento sostenible, que deben ser implementados desde dentro de la comunidad, para de esta forma crea oportunidades de negocio para los locales y también para estimular por completo el desarrollo económico y cultural de las áreas locales (OMT, 2008). Esta idea también ha sido ratificada desde foros académicos y respaldada por la investigación científica, como los trabajos de Garrod, Wornell, y Youell (2006), Hwang, Stewart y Ko (2012) y, Lordkipanidze (2002), entre otros.

La importancia del turismo rural, ha quedado reflejado por la propia Organización Mundial del Turismo (OMT) en su informe "Turismo: Panorama 2020, previsiones mundiales y perfiles de los segmentos de mercado", donde estima que el mercado del turismo rural ofrece un gran potencial e indica que el turismo rural está experimentando un crecimiento anual de aproximadamente seis por ciento. Creciendo, por tanto, por encima de la tasa promedio de crecimiento del turismo mundial.

Es tal la importancia de este turismo rural que esta temática ocupa gran parte de la investigación en el área del turismo, en particular en los últimos años, tal y como se puede comprobar si se realiza una búsqueda en la base de datos Web of Science. Investigaciones recientes sobre el estudio del turismo rural han sido publicadas en los últimos años en revistas de alto impacto como Pena, Jamilena, Molina (2013), Phillips et al. (2013) y Polo-Pena, Frías-Jamilena, Rodríguez-Molina (2012), entre muchos otros.

España es uno de los destinos turísticos más importantes del mundo y con una oferta extensa y variada de turismo rural, además, como hemos señalado anteriormente, el turismo rural tiene un gran potencial, por lo cual estimamos que la demanda de formación específica en la gestión tanto de empresas como de destinos turísticos puede ser muy elevada. La oferta de máster sobre gestión de empresas y destinos turísticos es muy reducida. Por el momento, en las búsquedas realizadas en dos grandes buscadores de máster (www.mastermania.com y www.tumaster.com) no se ha encontrado un máster sobre la temática del máster que se propone (gestión de empresas y destinos turísticos).

Adicionalmente, es importante destacar que aunque la gestión turística tiene una representación importante en la docencia de la Universidad de Granada, ésta no posee un título de posgrado especializado en esta variedad cada vez más importante y destacada dentro de la economía de nuestro país.

Bibliografía

- Garrod, B., Wornell, R., Youell, R. (2006). Re-conceptualising rural resources as countryside capital: the case of rural tourism. *Journal of Rural Studies*, 22: 117–128.
- Hwang, D., Stewart, W. P., Ko, D. W. (2012). Community Behavior and Sustainable Rural Tourism Development. *Journal of Travel Research*, 51 (3): 328-341.
- Lordkipanidze, M. (2002). Enhancing Entrepreneurship in Rural Tourism for Sustainable Regional Development: The case of Söderslätt region, Sweden. *The International Institute for Industrial Environmental Economics*, IIEE Report 2002:10.
- OTM World Tourism Organization (2001). *Turismo: Panorama 2020, previsiones mundiales y perfiles de los segmentos de mercado*. OMT, Madrid.
- OTM World Tourism Organization (2003). *Rural tourism in the Americas and its contribution to job creation and heritage conservation*. OMT, Madrid.
- OTM World Tourism Organization (2006). *International Forum on Rural Tourism: Final Report – Guiyang, Guizhou Province, China, 4 – 6 September 2006*. ISBN: 978-92-844-1275-4. OMT, Madrid.
- Pena, A. I. P., Jamilena, D. M. F., Molina, M. A. R. (2013). Market Orientation as a Strategy for the Rural Tourism Sector: Its Effect on Tourist Behavior and the Performance of Enterprises.

Journal of Travel Research, 52 (2): 225-239. DOI: 10.1177/0047287512459108.

Phillips, W. J. Wolfe, K. Hodur, N., Leistritz, F. L. (2013). Tourist Word of Mouth and Revisit Intentions to Rural Tourism Destinations: a Case of North Dakota, USA. *International Journal of Tourism Research* 15 (1): 93-104. DOI: 10.1002/jtr.879.

Polo-Pena, A. I., Frias-Jamilena, D. M., Rodriguez-Molina, M. A. (2012). Marketing practices in the Spanish rural tourism sector and their contribution to business outcomes. *Entrepreneurship and Regional Development*, 24 (7-8): 503-521. DOI: 10.1080/08985626.2011.617787.

IV. INFORMACIÓN ACADÉMICA

ACADEMIC INFORMATION

1. PRESENTACIÓN DEL PROYECTO A EFECTOS DE DIFUSIÓN Y PUBLICIDAD:

Course Philosophy and Goals for Promotion.

El Máster Propio en Gestión y Dirección de Empresas de Turismo Rural y en Gestión de Productos y Destinos Turísticos Rurales de la Universidad de Granada es un programa para **formación “online” avanzada** dirigido a personas con interés en alcanzar una **calificación profesional de máximo nivel en el ámbito de la gestión del turismo rural en su doble vertiente, de empresas y de destinos**.

Se trata de una propuesta de tintes eminentemente prácticos orientada a proporcionar instrumentos directamente aplicables a la gestión de organizaciones, prestando una atención muy especial a los elementos diferenciales que exige un sector como es el del turismo rural unido, todo ello, a la exitosa experiencia previa de la Universidad de Granada en programas de posgrado sobre gestión turística.

El turismo rural se ha erigido en la última década, como el sector emergente de mayor crecimiento, dentro de un ámbito, el turístico, el cual, será un sector que mantendrá un crecimiento exponencial según las previsiones de la OMT (ver las referencias del anterior apartado).

Las organizaciones dedicadas al turismo rural, tanto públicas como privadas, vienen demandando profesionales altamente cualificados, capaces de conducirlos exitosamente a través de unos mercados cada vez más competitivos y exigentes. Este programa busca facilitar esa cualificación a personas interesadas en trabajar en esta industria turística, proporcionando un **programa educativo de máximo nivel, que además aporta la flexibilidad de la formación virtual**.

Los responsables de este programa cuentan con una *importante experiencia previa* a través del desarrollo del Máster Propio en Dirección y Administración de Empresas Turísticas de la Universidad de Granada, un programa presencial desarrollado en la ciudad de Granada, actualmente en su octava edición y que cuenta con el certificado de “programa educativo de excelencia turística” otorgado por la agencia de Naciones Unidas especializada en turismo (la OMT). La plantilla de profesores y tutores del Máster integran profesores universitarios especialistas en temas de gestión de empresas y en la industria turística y profesionales con importante experiencia en organizaciones líderes en la industria turística.

Finalmente, el Máster concluye con el desarrollo de un **proyecto que constituye un acercamiento de primer nivel a la puesta en marcha de proyectos innovadores de gestión** en ámbitos turísticos de máximo potencial.

2. OBJETIVOS EDUCATIVOS Y PROFESIONALES (deben ser evaluables) (ver comentario)

Educational and Professional Goals

El alumno sabrá/comprenderá:

The student will know/understand

- Gestionar y comercializar alojamientos rurales, de modo que se consigan los objetivos económicos y de calidad establecidos, y se presten los servicios básicos de alojamiento, restauración e información.
- Promocionar y comercializar destinos turísticos locales, gestionando servicios de información turística y participando en la creación, comercialización y gestión de productos y servicios turísticos del entorno local.
- Gestionar y comercializar servicios propios del alojamiento rural.
- Gestionar y realizar el servicio de recepción en

Comentario [J7]: Para completar esta información puede basarse en los Descriptores de Dublín para alumnos de Máster. Se le otorgará un título al alumno que:

•Demuestre poseer y comprender conocimientos que se basan en los típicamente asociados al primer ciclo y, los amplían y mejoran, lo que les aporta una base o posibilidad para ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación.

•Sepa aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.

•Sea capaz de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.

•Sepa comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.

•Posea las habilidades de aprendizaje que les permita continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo

	<p>alojamientos propios de entornos rurales y/o naturales.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Gestionar información turística. - Crear, promocionar y gestionar servicios y productos turísticos locales. - Gestionar unidades de información y distribución turísticas.
<p>El alumno será capaz de: The Student will be able to</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Asumir las principales funciones en la dirección de empresas turísticas rurales y los aspectos más relevantes para la gestión de destinos turísticos del ámbito rural, con un fuerte énfasis en el dominio práctico de los mismos y su aplicación real. - Dirigir y gestionar empresas y organizaciones especializadas en el sector turístico rural. - Poner en marcha un proyecto turístico complejo de un modo autónomo. - Gestionar y promocionar un destino turístico.

3. Cualificación profesional/Empleos a los que da acceso:
Professional Status/Employment targets

- * Alta Dirección y Gestión de Empresas Turísticas Rurales.
- * Consultores en Gestión y Planificación Turística.
- * Responsables de Organizaciones Públicas Relacionadas con el Ámbito Turístico.

4. Idioma(s) utilizado(s) en la enseñanza:
Language(s) of instruction

Español

5. Realización de prácticas en instituciones o empresas: Practical training in institutions/enterprises	Elija una opción
Sí, obligatorias (incluidas en la carga lectiva)	<input type="checkbox"/>
Sí, optativas (no incluidas en la carga lectiva)	<input type="checkbox"/>
No	<input checked="" type="checkbox"/>

Horas de prácticas externas:
Practical training duration

Instituciones/Empresas receptoras:
Institutions/enterprises participating

6. PROGRAMA DEL CURSO:

(ver comentario)

Course Program

6.1. Indicación de módulos, con indicación de horas/créditos, y resumen de materias de cada uno de ellos. Esta información se integrará en una "Información complementaria al Título", de estructura similar al Suplemento Europeo al Título

General Description of Modules and Individual Course Units

MODULO 1: INTRODUCCIÓN AL SECTOR TURÍSTICO, TURISMO RURAL Y SOSTENIBILIDAD (12 ECTS)

Curso 1.1: Introducción al sector turístico, turismo rural y sostenibilidad (4 ECTS)

- 1.1.1 El sector turístico
- 1.1.2 Desarrollo turístico sostenible
- 1.1.3 Turismo rural y alojamiento rural
- 1.1.4 Prácticas sobre el tema.
- 1.1.5 Desarrollo de proyecto sobre el tema.
- 1.1.6 Examen.

Curso 1.2: Plan de empresa de turismo rural (4 ECTS)

- 1.2.1 Consideraciones Previas
- 1.2.2 Plan de empresa turística rural.
- 1.2.3 Caracterización de los alojamientos rurales y sus servicios.
- 1.2.4 Prácticas sobre el tema.
- 1.2.5 Desarrollo de proyecto sobre el tema.
- 1.2.6 Examen.

Curso 1.3: Introducción a la gestión de destinos turísticos rurales (4 ECTS)

- 1.3.1 Introducción al desarrollo territorial y rural
- 1.3.2 Fundamentos del servicio en destino turístico rural
- 1.3.3 Prácticas sobre el tema.
- 1.3.4 Desarrollo de proyecto sobre el tema.
- 1.3.5 Examen.

MODULO 2: FUNDAMENTOS PARA LA GESTIÓN DE EMPRESAS DE TURISMO RURAL (12 ECTS)

Curso 2.1 Estrategias funcionales de la gestión de un alojamiento rural (4 ECTS)

- 2.1.1 Introducción a la administración del alojamiento rural.
- 2.1.2 Dirección financiera.
- 2.1.3 Dirección de Operaciones.
- 2.1.4 Dirección de recursos humanos.
- 2.1.5. Internacionalización.
- 2.1.6 Sistemas de gestión medioambientales y de calidad.
- 2.1.7 Prácticas sobre el tema.
- 2.1.8 Desarrollo de proyecto sobre el tema.
- 2.1.9 Examen.

Curso 2.2: Dirección comercial (4 ECTS)

- 2.1.1 Introducción a la administración del alojamiento rural.
- 2.1.2 Dirección financiera.
- 2.1.3 Dirección de Operaciones.
- 2.1.4 Dirección de recursos humanos.
- 2.1.5. Internacionalización.
- 2.1.6 Sistemas de gestión medioambientales y de calidad.
- 2.1.7 Prácticas sobre el tema.
- 2.1.8 Desarrollo de proyecto sobre el tema.

Comentario [J8]: Se deben especificar los módulos, temas y los epígrafes que lo componen, de la forma más detallada posible, y el profesorado al que se le adscriben los contenidos.

Indicar el tipo de actividad al que corresponde cada epígrafe (teoría, prácticas internas, seminario, clase magistral, ...).

Indicar los módulos optativos, si los hubiere.

2.1.9 Examen.

Curso 2.3 Dirección de los servicios de recepción y atención al cliente en alojamientos rurales. (4 ECTS)

- 2.3.1 Recepción en alojamientos rurales.
- 2.3.2 Dirección de reservas en alojamientos rurales.
- 2.3.3 Comunicación y atención al cliente en alojamientos rurales.
- 2.3.4 Prácticas sobre el tema.
- 2.3.5 Desarrollo de proyecto sobre el tema.
- 2.3.6 Examen.

MODULO 3: GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN TURÍSTICA EN DESTINO (12 ECTS)

Curso 3.1 Gestión del servicio de información turística en destinos rurales (4 ECTS)

- 3.1.1 Introducción al servicio de información turística.
- 3.1.2 Gestión del servicio de información turística de carácter rural.
- 3.1.3 Gestión de los aspectos tangibles e intangibles que acompañan al servicio de información turística.
- 3.1.4. Aplicación de las TIC en el servicio de información turística.
- 3.1.5 Prácticas sobre el tema.
- 3.1.6 Desarrollo de proyecto sobre el tema.
- 3.1.7 Examen.

Curso 3.2 Información turística de destinos rurales (4 ECTS)

- 3.2.1 Elaboración de la información turística.
- 3.2.2 Gestión de la comunicación del patrimonio en destinos rurales.
- 3.2.3 Gestión de la comunicación de destinos rurales a nivel internacional.
- 3.2.4 Prácticas sobre el tema.
- 3.2.5 Desarrollo de proyecto sobre el tema.
- 3.2.6 Examen.

Curso 3.3 Marketing de productos y servicios turísticos rurales (4 ECTS)

- 3.3.1 Introducción al marketing turístico local.
- 3.3.2 Estrategias de comercialización turísticas.
- 3.3.3 Estrategias de comercialización turísticas a nivel internacional.
- 3.3.4 Concepción holística del producto y servicio turístico: Servucción.
- 3.3.5 Prácticas sobre el tema.
- 3.3.6 Desarrollo de proyecto sobre el tema.
- 3.3.7 Examen.

MODULO 4: GESTIÓN DE DESTINOS TURÍSTICOS RURALES (12 ECTS)

Curso 4.1: Gestión y proyectos de los destinos turísticos rurales. (4 ECTS)

- 4.1.1 Delimitación y características de los destinos turísticos.
- 4.1.2 Aspectos avanzados en la gestión exitosa de destinos turísticos.
- 4.1.3 Prácticas sobre el tema.
- 4.1.4 Desarrollo de proyecto sobre el tema.
- 4.1.5 Examen.

Curso 4.2: Gestión sostenible de destinos y productos turísticos. (4 ECTS)

- 4.2.1 Fundamentos y caracterización en la gestión turística sostenible.
- 4.2.1 Gestión sostenible avanzada de destinos turísticos.
- 4.2.1 Análisis de experiencias exitosas en turismo sostenible.
- 4.2.1 Prácticas sobre el tema.
- 4.2.1 Desarrollo de proyecto sobre el tema.
- 4.2.1 Examen.

Curso 4.3 Ecoturismo y Espacios Naturales Protegidos (4 ECTS)

- 4.3.1 Ecoturismo: conceptos y magnitudes básicos.
- 4.3.1 Turismo en Espacios Naturales Protegidos.
- 4.3.1 Prácticas sobre el tema.
- 4.3.1 Desarrollo de proyecto sobre el tema.
- 4.3.1 Examen.

Módulo 5: PROYECTO FIN DE MÁSTER SOBRE GESTIÓN E INICIATIVA TURÍSTICA RURAL(12 ECTS)

9. Resumen del Programa que ha de figurar al dorso del Título:
(máximo 20 líneas, no epígrafes)

1	INTRODUCCIÓN AL SECTOR TURÍSTICO, TURISMO RURAL Y SOSTENIBILIDAD
2	Introducción al sector turístico, turismo rural y sostenibilidad
3	Plan de empresa de turismo rural
4	Introducción a la gestión de destinos turísticos rurales
5	FUNDAMENTOS PARA LA GESTIÓN DE EMPRESAS DE TURISMO RURAL
6	Estrategias funcionales de la gestión de un alojamiento rural
7	Dirección comercial
8	Dirección de los servicios de recepción y atención al cliente en alojamientos rurales.
9	GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN TURÍSTICA EN DESTINO
10	Gestión del servicio de información turística en destinos rurales
11	Información turística de destinos rurales
12	Marketing de productos y servicios turísticos rurales
13	GESTIÓN DE DESTINOS TURÍSTICOS RURALES
14	Gestión y proyectos de los destinos turísticos rurales.
15	Gestión sostenible de destinos y productos turísticos.
16	Ecoturismo y espacios naturales protegidos
17	PROYECTO FIN DE MÁSTER SOBRE GESTIÓN E INICIATIVA TURÍSTICA RURAL
18	
19	
20	

Comentario [u9]: Los contenidos figurarán de manera clara y precisa al dorso del certificado que se expida a los alumnos

V. PROFESORADO
LECTURERS

VI. SISTEMA DE GARANTÍA DE LA CALIDAD

QUALITY ASSURANCE SYSTEM

1. Órgano o persona responsable del seguimiento y garantía de la calidad del Programa

Body o Person in Charge of the Quality Assurance System

Comisión Académica + Asesor Técnico de la Escuela de Posgrado.

2. Mecanismos aportados por la Escuela de Posgrado:

Centro de Formación Continua Procedures

- Realización de una encuesta de opinión-valoración general a la terminación del programa a la totalidad del alumnado, en su caso.
- Análisis de los datos y elaboración de informe puesto a disposición de la Dirección del Curso, en su caso.
- Encuestas telefónicas de inserción laboral a egresados al año de la finalización del programa, en su caso.
- Atención a sugerencias/reclamaciones de los estudiantes.
- Asesoramiento a Directores/Coordinadores sobre Aseguramiento de la Calidad en programas de Posgrado.

3. Mecanismos aportados por los Responsables Académicos del programa:

Academic Authorities Procedures

(ver comentario)

- 1) El director y/o coordinador del Máster pondrán en marcha una evaluación tras cada uno de los tres primeros módulos del máster mediante cuestionario anónimo para analizar la valoración que todos los estudiantes hacen de cada uno de los cursos impartidos diferenciando:
 - a) Dimensiones referidas al interés y orientación del contenido de cada curso.
 - b) Dimensiones referidas al profesorado-tutores de cada curso.
- 2) Los estudiantes tendrán una calificación de 0 a 10 para cada uno de los cursos integrados en los cuatro primeros módulos del programa y un sistema de revisión de evaluación. El módulo cinco será evaluado en una escala similar pero por un tribunal formado por tres profesores del Máster expertos en la temática del proyecto.
- 3) La comisión formada el director y coordinador y otros profesores de la Universidad de Granada que imparten este Máster se reunirán periódicamente para el seguimiento de los principales elementos de la gestión del programa.
- 4) Anualmente se desarrollarán al menos dos reuniones generales con todo el claustro del profesorado y la dirección del máster, una antes del comienzo del Máster y otro a su finalización.

Comentario [J10]: Indicar:

- Los procedimientos existentes para la evaluación individual del profesorado y mejora de la docencia.
- Los criterios y procedimientos para garantizar la calidad de las prácticas externas, en su caso.

4. Revisión/Actualización del programa:

Program Updating

Fecha de revisión/actualización del programa:

Program Updating Date

La revisión del programa se realizará anualmente en la reunión de Claustro de Profesores coincidente con la finalización de cada una de las ediciones del Máster en el caso de que esté prevista la propuesta de una nueva edición.

Órgano/Persona responsable de la revisión/actualización:

Body or Person in charge of the Updating

El director y el coordinador del Máster planteará un informe con los aspectos más relevantes del funcionamiento del Máster a lo largo de esa edición y posibles propuestas de mejora en lo que se refiere al programa de los cursos.

La reunión de Claustro de Profesores coincidente con la finalización de cada una de las ediciones del Máster analizará y debatirá esa propuesta haciendo su recomendación al respecto.

Criterios/Procedimientos de revisión/actualización del programa:

Updating Criteria/Procedures

La revisión y actualización del programa se propondrá originalmente en el informe del director y del coordinador del máster, que deberá ser validado luego por el claustro de profesores, y se desarrollará en función de:

- 1- Evaluación de los estudiantes de los contenidos desarrollados.
- 2- Evaluación de los tutores del proyecto fin de máster.
- 3- Nuevas competencias y tendencias profesionales detectados en la industria turística.

Firma:

Inmaculada Martin Tapia
Pacual Rivas Palomo

Sumario Summary	Módulos Modules																				Global
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	
ECTS	12	12	12	12	12																60
Horas equivalentes Equivalent Hours	300	300	300	300	300																1500
Carga lectiva																					
Teoría Lectures	30	30	30	30																	120
Seminarios/Conferencias/ Clases magistrales Seminars, Conferences																					
Prácticas internas Practical training	45	45	45	45																	180
Prácticas externas Practical training in institutions and enterprises																					
Visitas Visits																					
Proyectos Project					120																120
Tutorías Tutorials	40	40	40	40																	160
Exámenes Examinations	5	5	5	5																	20
Subtotal	120	120	120	120	120																600
Carga de trabajo del alumnado Individual Student Workload																					
Subtotal	300	300	300	300	300																1500
TOTAL	300	300	300	300	300																1500

NOTA- El apartado "TOTAL" debe coincidir con el relativo a "Horas Equivalentes".

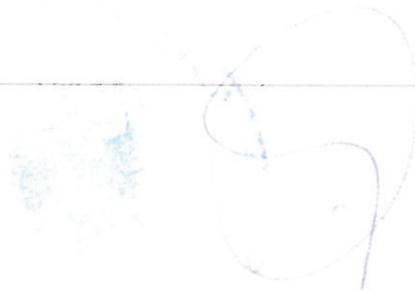
	CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL CURSO	 Escuela Internacional Posgrado
---	--	---

D /D.^a **María del Carmen Haro Domínguez**, Secretario/a de **Organización de Empresas** de la Universidad de Granada

CERTIFICA:

que en que tuvo lugar el día 19 de diciembre de 2012, se aprobó la realización del curso **MÁSTER PROPIO EN GESTIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS DE TURISMO RURAL Y EN GESTIÓN DE PRODUCTOS Y DESTINOS TURÍSTICOS RURALES** propuesto por el Profesor Inmaculada Martín Tapia, en lo referente al contenido, participación de profesores, aspectos económicos y organización del mismo.

Y para que conste, se expide la presente en Granada, a 19 de diciembre de 2012



(Firma)



Universidad de Granada

INFORME SOBRE LA METODOLOGÍA DOCENTE DE ENSEÑANZA EN LA MODALIDAD ONLINE

MÁSTER PROPIO EN GESTIÓN Y
DIRECCIÓN DE EMPRESAS DE TURISMO
RURAL Y EN GESTIÓN DE PRODUCTOS Y
DESTINOS TURÍSTICOS RURALES

MÁSTER PROPUESTO PARA FORMACIÓN COMPLETAMENTE VIRTUAL

Granada, 14 de diciembre de 2012

a) Planificación de las enseñanzas

a.1) Planificación temporal y cronograma

Los cursos y módulos del Máster se desarrollarán según la siguiente planificación temporal

Módulo	Curso	Duración
Modulo 1: INTRODUCCIÓN AL SECTOR TURÍSTICO, TURISMO RURAL Y SOSTENIBILIDAD	Curso 1.1: Introducción al sector turístico, turismo rural y sostenibilidad	5 semanas (20 horas semanales)
	Curso 1.2: Plan de empresa de turismo rural	5 semanas (20 horas semanales)
	Curso 1.3: Introducción a la gestión de destinos turísticos rurales	5 semanas (20 horas semanales)
MODULO 2: FUNDAMENTOS PARA LA GESTIÓN DE EMPRESAS DE TURISMO RURAL	Curso 2.1 Estrategias funcionales de la gestión de un alojamiento rural	5 semanas (20 horas semanales)
	Curso 2.2: Dirección comercial	5 semanas (20 horas semanales)
	Curso 2.3 Dirección de los servicios de recepción y atención al cliente en alojamientos rurales.	5 semanas (20 horas semanales)
MODULO 3: GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN TURÍSTICA EN DESTINO	Curso 3.1 Gestión del servicio de información turística en destinos rurales	5 semanas (20 horas semanales)
	Curso 3.2 Información turística de destinos rurales	5 semanas (20 horas semanales)
	Curso 3.3 Marketing de productos y servicios turísticos rurales	5 semanas (20 horas semanales)
MODULO 4: GESTIÓN DE DESTINOS TURÍSTICOS RURALES	Curso 4.1: Gestión y proyectos de los destinos turísticos rurales	5 semanas (20 horas semanales)
	Curso 4.2: Gestión sostenible de destinos y productos turísticos	5 semanas

		(20 horas semanales)
	Curso 4.3 Ecoturismo y Espacios Naturales Protegidos	5 semanas (20 horas semanales)
Módulo 5: PROYECTO FIN DE MÁSTER SOBRE GESTIÓN E INICIATIVA TURÍSTICA RURAL		12 semanas (25 horas semanales)

Cronograma

Meses (se indica el mes de inicio-mes de finalización)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Curso 1.1: Introducción al sector turístico, turismo rural y sostenibilidad (4 ECTS)	■												
Curso 1.2: Plan de empresa de turismo rural (4 ECTS)		■											
Curso 1.3: Introducción a la gestión de destinos turísticos rurales (4 ECTS)			■										
Curso 2.1 Estrategias funcionales de la gestión de un alojamiento rural (4 ECTS)				■									
Curso 2.2: Dirección comercial (4 ECTS)					■								
Curso 2.3 Dirección de los servicios de recepción y atención al cliente en alojamientos rurales. (4 ECTS)						■							
Curso 3.1 Gestión del servicio de información turística en destinos rurales (4 ECTS)							■						
Curso 3.2 Información turística de destinos rurales (4 ECTS)								■					
Curso 3.3 Marketing de productos y servicios turísticos rurales (4 ECTS)									■				
Curso 4.1. Gestión y proyectos de los destinos turísticos rurales. (4 ECTS)										■			
Curso 4.2. Gestión sostenible de destinos y productos turísticos. (4 ECTS)											■		
Curso 4.3. Ecoturismo y Espacios												■	

Naturales Protegidos (4 ECTS)														
Módulo 5: Proyecto Fin de Máster sobre Gestión e Iniciativa Turística Rural														

a.2) Metodología de enseñanza/aprendizaje para Los módulos 1,2, 3 y 4

El desarrollo de sistemas de enseñanza-aprendizaje en entornos virtuales puede ser considerado como un proceso de innovación pedagógica basado en la creación de las condiciones para desarrollar la capacidad de aprender y adaptarse, tanto de las organizaciones como de los individuos. Debería ser intencional, deliberada e impulsada voluntariamente, comprometiendo la acción consciente y pensada de los sujetos involucrados, tanto en su gestación como en su implementación (Salinas, 2004).

En este sentido, consideramos que la metodología de enseñanza/aprendizaje para este tipo de máster de *enseñanza virtual deberá ser activa, requiriendo una participación continua por parte de los estudiantes a través de la plataforma online*. Este planteamiento pedagógico también se tendrá que ver reflejado en el sistema de evaluación que comentaremos en el apartado d) del presente documento.

La aplicación de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) en acciones de formación bajo la concepción de enseñanza flexible abre diversos frentes de cambio y renovación. Para ello, se deben poner en juego una variedad de tecnologías de la comunicación que proporcione la flexibilidad necesaria para cubrir necesidades individuales y sociales, logrando entornos de aprendizaje efectivos y la interacción profesor-alumno (Salinas, 2004).

La docencia virtual no sólo es innovación, estudios preliminares aseguran que es más efectiva que la enseñanza presencial (U.S. Department of Education, 2010).

A continuación especificamos la metodología que se seguirá en cada curso de 4 créditos de los módulos 1, 2, 3 y 4 para facilitar el aprendizaje de los contenidos de cada curso y el desarrollo de las habilidades y competencias descritas en los mismos.

Las sesiones virtuales de cada uno de los cursos del Máster Propio en Gestión y Dirección De Empresas de Turismo Rural y en Gestión de Productos y Destinos Turísticos Rurales de la Universidad de Granada se desarrollarán en torno al aula virtual que se delimitará específicamente para cada uno de ellos en la plataforma virtual de referencia.

Para cada curso, el estudiante tendrá a su disposición en el aula virtual los siguientes documentos:

- Cronograma del curso
- Guía del curso
- Material docente
- Materiales complementarios y de apoyo
- Actividades formativas (las actividades serán publicadas por el profesor previamente al inicio de las mismas).

Además, la plataforma contará con una variedad de herramientas de comunicación asincrónicas que permitirá la adecuada comunicación entre los participantes en el aula, entre participantes y profesorado y la participación activa general en las actividades formativas planteadas. Tales herramientas son:

- Tablón de docencia online: espacio reservado al profesor para comunicar a los estudiantes fechas, guías de estudio, mensajes de información general que afectan a todos los estudiantes etc.
- Email: esta herramienta se utilizará para consultar al profesor las dudas o cuestiones particulares que el estudiante.
- Foro virtual para debates: este espacio permitirá realizar debates virtuales y el desarrollo de las actividades formativas de seguimiento en grupo.

a.3) Actividades formativas

En la tabla siguiente recogemos la distribución de horas del estudiante para cada curso de 4 créditos ECTS del Máster. Recogemos el intervalo de horas en las que se desarrollarán las actividades así como la duración media.

Actividad formativa	Intervalo de horas de duración	Horas totales
Lectura/estudio del material docente	40-60	50
Desarrollo de la actividad de seguimiento individual 1	8-10	9
Desarrollo de la actividad de seguimiento individual 2	8-12	10

Desarrollo de la actividad de seguimiento colectivas/trabajo en grupo	25-35	30
Examen	1	1

Enunciado de las actividades formativas

Las actividades formativas planteadas desarrolladas a nivel individual o en grupo presentarán la siguiente estructura:

1. Presentación y objetivos
2. Temporalización
3. Criterios de evaluación
4. Formato y fecha de envío
5. Indicaciones prácticas para el desarrollo de la actividad y contenidos con los que se relaciona.
6. Enunciado
7. Cuestiones a resolver

a.4) Modalidades previstas para actividades de seguimiento de los cursos online del Máster

Actividad de seguimiento individual (trabajo autónomo). Se desarrollarán distintos tipos de actividades: por ejemplo, el estudio de casos, el análisis o indagación guiada o el rastreo de información etc. Cada curso integrado en los módulos que van del 1 al 3 contará normalmente con dos actividades de este tipo.

Actividades de seguimiento colectivas/Trabajo en grupo: El trabajo cooperativo promueve no sólo el conocimiento de tipo conceptual, sino también las habilidades de tipo social, afectivo y profesional. Bajo este enfoque se diseñarán actividades como la investigación guiada o el estudio de casos. Estas actividades se apoyarán en debates virtuales lo que permitirá no sólo el aprendizaje de determinados contenidos, sino la adquisición de habilidades comunicativas, de argumentación y de trabajo en grupo. Cada curso integrado en los módulos que van del 1 al 3 contará normalmente con una actividad de este tipo.

Las finalidades del debate virtual son, entre otras:

- Fomentar el intercambio de ideas y el uso del debate como disciplina intelectual.
- Estimular el pensamiento crítico a partir de las lecturas hechas (materiales que aportan la base teórica al debate).
- Mejorar la comprensión de los conceptos teóricos planteados en la asignatura.
- Ayudar a que los alumnos se habitúen a trabajar de forma cooperativa.
- Contribuir al desarrollo de destrezas comunicativas.
- Ejercitar la elaboración de argumentos y estrategias imprescindibles en la futura práctica profesional.
- Contribuir a que los estudiantes definan su opinión ante una cuestión problemática, proyectando su propio criterio como futuros profesionales.
- Lograr que los alumnos hagan un buen uso del lenguaje y una buena gestión de la información.

b) Personal académico y recursos humanos disponibles para su impartición según esta modalidad.

Los profesores que impartirán la docencia cuentan con una dilatada experiencia docente en enseñanzas universitarias presenciales y online en grado y postgrado. La práctica totalidad del profesorado previsto ya ha actuado como profesores online de programas de posgrado en la Universidad de Granada. El listado completo de profesorado puede verse en el documento 1 que incluye el listado de profesores propios y externos.

Para la adecuada implantación de la metodología señalada los profesores desempeñarán las siguientes tareas:

- Tareas de carácter organizativo: establecer la planificación del curso (objetivos, fechas de inicio y finalización de cada actividad, reglas de procedimiento) y actuar como impulsor de la participación del estudiante cuando la actividad formativa así lo requiera. Por ejemplo en el caso de debates o actividades a desarrollar en grupo el profesor debe de pedir contribuciones regulares de los estudiantes, proponer actividades en las que se deba dar una respuesta etc.
- Tareas de índole social: crear un ambiente agradable de aprendizaje, interactuando constantemente con los alumnos y haciendo un seguimiento continuo de todas las actividades de aprendizaje que realicen.
- Tareas docentes: como facilitador educativo debe centrar las discusiones en los puntos cruciales, y responder a todas las cuestiones y dudas planteadas por los estudiantes.

c) Recursos materiales y servicios y su adecuación

Los recursos materiales y servicios previstos como claves en el desarrollo virtual del Máster Propio en Gestión de Empresas y Destinos Turísticos incluyen tres aspectos de importancia clave:

- 1- **Materiales docentes online para los estudiantes.** Los materiales serán aportados por los profesores de cada uno de los cursos y serán utilizados por su parte en el máster con libertad para los contenidos últimos usados. Sin embargo, todos los materiales deberán contar con una estructura estándar que estará especialmente diseñada para facilitar su seguimiento virtual. La adaptación en enfoque, estructura y prácticas asociadas se delimitan como elementos de importancia clave en la validez del Material que se planifica utilizar.

Considerando los contenidos previstos para el Máster, con una escasa interacción, se descartan la formalización de esos ficheros a través de la tecnología "scroll", cuyo coste sería difícil de asumir en una primera edición, para basar su formalización en ficheros pdf independientes que se irán facilitando en entregas distintas en el aula virtual del curso correspondiente. El número de ficheros y los momentos para su entrega se homogeneizarán para todos los cursos.

- 2- **Plataforma online para el diseño de las aulas virtuales.** La plataforma tendrá un importante papel en el desarrollo del Máster ya que cada uno de los cursos están planteados para desarrollarse a través de aulas virtuales con diseños completamente estandarizados. Frente a posibilidades más costosas (como pudiera ser la utilización de la plataforma Blackboard), el planteamiento actual estaría orientado hacia la posibilidad de utilizar plataformas de libre acceso en la Universidad de Granada (tipo Moodle).

En ese sentido, existe ya un compromiso para la realización del debate virtual en cada uno de los 9 cursos a través de la Plataforma "e-GroupBate" (<http://asistic.ugr.es/groupbate/test>), plataforma de soporte al debate virtual diseñada por miembros de la Universidad de Granada.

- 3- Servicios y asesoría.

La selección final de la plataforma y, sobre todo, el diseño último de las aulas virtuales previstas requerirá de contar con apoyo técnico especializado. En tal sentido, el presupuesto del Máster ha reservado una cantidad para poder hacer un pago modesto a algún técnico especializado en la esperanza de que el mismo pueda ser una persona de la propia Universidad de Granada. En lo que se refiere a asesoramiento, los responsables del Máster tienen previsto el desarrollo de una entrevista en profundidad con los responsables del Centro de Enseñanzas Virtuales de la Universidad de Granada (CEVUG) para consultar con ellos sus recomendaciones para que el programa Máster esté dentro de los estándares habituales de programas similares en la Universidad de Granada.

d) Criterios de evaluación y seguimiento de la actividad formativa en el Máster.

La evaluación en la enseñanza online debe de contribuir una herramienta que facilite el aprendizaje autónomo al estudiante, garantizando la calidad y el rigor académico de la docencia del Máster.

Los criterios de evaluación se recogerán de forma específica para cada **actividad formativa de seguimiento**. Estos criterios pueden girar entorno a los ejes siguientes:

- Grado en el que los objetivos planteados en la actividad han sido alcanzados.
- Capacidad del estudiante para identificar la aplicación práctica de los contenidos académicos del curso.
- Capacidad de los estudiantes para comunicar de forma clara y precisa.

Para alcanzar este objetivo la evaluación se basará en una evaluación continua y una evaluación final. También se prevén modelos de evaluación específicos para las prácticas externas y los trabajos de fin de máster que se describen en la memoria general (documento 1 de los que se presentan).

Evaluación continua integrada en cada uno de los cursos del Máster

La evaluación continua se desarrollará en torno a las actividades de seguimiento planteadas por el profesor en el aula virtual. Estas actividades ofrece al estudiante una pauta de actividades que tiene que hacer y sugiere un ritmo de trabajo concreto, además permitirán conocer a los estudiantes los progresos en su aprendizaje y facilitará a los profesores la evaluación de forma continua de dicho aprendizaje.

Evaluación final integrada en cada uno de los cursos del Máster

La evaluación final consistirá en un examen escrito sobre los contenidos teóricos y prácticos del curso. El formato de dicho examen será 20 preguntas tipo test de respuesta múltiple y dos

preguntas directamente relacionadas con las actividades formativas de seguimiento desarrolladas a lo largo del curso.

Calificación final del estudiante de Los cursos del Máster

La calificación final de cada uno de los 9 cursos contemplados en los tres primeros módulos del Máster incluirá:

- 1- Examen final: en modalidad de múltiples opciones a desarrollar en la plataforma virtual durante un tiempo limitado y en una banda temporal de referencia (30% de la calificación final, fijándose en cualquier caso como requisito imprescindible para la superación del curso el alcanzar al menos la mitad de la puntuación asignada al examen).
- 2- Evaluación de actividades formativas de seguimiento individuales (40% de la calificación final).
- 3- Evaluación de la actividad formativa de seguimiento en grupo (30% de la calificación final). En esta actividad se valorará la participación de los estudiantes en los debates planteados por el grupo (50% de la calificación de la actividad) y el informe final entregado por el grupo (50% de la calificación de la actividad)

Bibliografía

Salinas, J. (2004). Innovación docente y uso de las TIC en la enseñanza universitaria. *Revista Universidad y Sociedad del Conocimiento*, 1(1): 1-16.

U.S. Department of Education, Office of Planning, Evaluation, and Policy Development (2010). *Evaluation of Evidence-Based Practices in Online Learning: A Meta-Analysis and Review of Online Learning Studies*. Washington, D.C.

ANEXO 1. ESTUDIO ECONÓMICO DEL PROYECTO

Nombre del curso:	Máster Propio Turismo Rural		
Tipo:	Virtual		
Créditos ECTS	60	1500	
Nº de horas del curso:	600 horas +900 h. trabajo del alumno		
Conferencias			
No presenciales	600 horas		
Nº de módulos totales:	120,00 módulos		
Nº de módulos virtuales:	96,00 módulos	80,00%	

INGRESOS	Unidades	Precio (€)	Total (€)
Matrículas	20	3.400,00 €	68.000,00 €
TOTAL INGRESOS DE LA ACCIÓN FORMATIVA.....			68.000,00 €
GASTOS			
Producción Virtual			13.221,60 €
Gestión FGUGREM			5.780,00 €
Autores de contenido.....			10.880,00 €
Elaboración Materiales Didácticos Virtuales	Pago variable: 96,00 módulos	Parte proporcional 20% 113,33 €	10.880,00 €
Tutores.....			6.336,00 €
Docentes	Pago fijo: 1 tutor/es 96,00 módulos	Coste tutorización por módulo 30,00 €	2.880,00 €
Tutores virtuales	Pago variable: 1 tutor/es 96,00 módulos 20 alumnos	Pago por alumno y módulo tutorizado 1,80 €	3.456,00 €
Clases presenciales.....			- €
Conferencias	Horas 0	Precio 120,00 €	- €
Tutorización PFM.....			8.000,00 €
Dirección y coordinación.....			3.782,40 €
Dirección	1	1.891,20 €	1.891,20 €
Coordinador	1	1.891,20 €	1.891,20 €
Material inventariable.....			- €
Dietas y viajes.....			- €
Becas del alumnos			10.200,00 €
15% de los ingresos de matrícula			
Otros gastos y costes del curso.....			6.910,00 €
Publicidad			3.000,00 €
Seguro alumnos	20	5,50 €	110,00 €
Personal Administrativo			3.000,00 €
Imprevistos			800,00 €
SUBTOTAL GASTOS DEL CURSO:			65.110,00 €
Compensación a la UGR			2.890,00 €
Escuela Posgrado (5% de ingresos-becas)	5%	57.800,00 €	2.890,00 €
TOTAL GASTOS DEL CURSO:.....			68.000,00 €
INGRESOS - GASTOS			- €

Docencia
15,00% Docencia



Fundación
General
UGR-Empresa

***Distribución del porcentaje establecido
como canon de compensación***

A continuación se presenta la distribución entre las distintas entidades participantes del porcentaje de canon de compensación establecido en el Máster Propio Turismo Rural.

Conceptos	Porcentaje imputado	Cantidad Resultante
Cantidad definida	15%	8.670
Distribución de cantidades		
Fundación General UGR-Empresa	10 %	5.780€
Universidad de Granada	5 %	2.890€

Fdo: Verónica Vallejo Quevedo
Área de Formación y Empleo