



COURSE DATA

Data Subject

Code	42979
Name	Techniques for preparing academic papers
Cycle	Master's degree
ECTS Credits	5.0
Academic year	2019 - 2020

Study (s)

Degree	Center	Acad. Period year
2135 - Master's Degree in Tourism Management and Planning	Faculty of Economics	1 Annual

Subject-matter

Degree	Subject-matter	Character
2135 - Master's Degree in Tourism Management and Planning	3 - Techniques to prepare academic papers	Obligatory

Coordination

Name	Department
GARCIA MESANAT, GREGORIO	10 - Economic Analysis
PARDO DEL VAL, MANUELA	105 - Business Administration 'Juan José Renau Piqueras'
SANZ BLAS, SILVIA	43 - Marketing and Market Research

SUMMARY

English version is not available

Esta asignatura tiene por objetivo proporcionar a los estudiantes los conocimientos y herramientas necesarias para desarrollar y presentar un proyecto fin de master.

La asignatura aborda de forma fundamentalmente práctica, los aspectos formales y de contenido que hay que tener en cuenta para realizar un trabajo como, por ejemplo, la forma de estructurar los trabajos, el uso del lenguaje académico, el acceso y tratamiento de la información (bibliografía, datos cualitativos, datos cuantitativos, Internet, etc.), el uso de la información, la organización y control del tiempo, el proceso de investigación y los diferentes métodos de análisis de datos a utilizar (cualitativos y cuantitativos) y la presentación oral y escrita de un trabajo académico.



PREVIOUS KNOWLEDGE

Relationship to other subjects of the same degree

There are no specified enrollment restrictions with other subjects of the curriculum.

Other requirements

Conocimiento de programas ofimáticos

COMPETENCES (RD 1393/2007) // LEARNING OUTCOMES (RD 822/2021)

2135 - Master's Degree in Tourism Management and Planning

- Analizar la estructura de la actividad turística en todos sus niveles, teniendo en cuenta los componentes del desarrollo turístico sostenible, sus ventajas, así como con sus limitaciones y riesgos.
- Realizar informes detallados sobre el sector y la actividad turística

LEARNING OUTCOMES (RD 1393/2007) // NO CONTENT (RD 822/2021)

English version is not available

WORKLOAD

ACTIVITY	Hours	% To be attended
Theory classes	20,00	100
Development of group work	15,00	0
Development of individual work	50,00	0
Study and independent work	15,00	0
Readings supplementary material	5,00	0
Preparation of evaluation activities	10,00	0
Preparation of practical classes and problem	10,00	0
TOTAL	125,00	

TEACHING METHODOLOGY



English version is not available

EVALUATION

English version is not available

REFERENCES

Basic

- Kotler, P.; Lane, K.; Cámara, D. y Mollá, A. (2006): Dirección de Marketing. 12 ed. Pearson Prentice Hall, Madrid. Capítulo 3 y 4.
- Santesmases, M. (2007): Marketing. Conceptos y Estrategias. 5 ed. revisada. Pirámide, Madrid. Capítulo 3.
- McCormack, J. y J. Slaght (2009). Extended Writing & Research Skills. Reading: Garnet Publishing Ltd.
- <http://biblioteca.uv.es>
- Miquel, S.; Bigné, E., Lévy, J-P., Cuenca, A.C. y Miquel, M^a.J. (1997) Investigación de Mercados. McGraw Hill, Madrid.
- Sainz de Vicuña, J.M. (2004). El plan de Marketing en la practica. Esic, Madrid.

Additional

- Fava-Verdè, A. y A. Manning (2007). Essay Writing. Reading: Garnet Publishing Ltd.
- Manning, A. y A. O Cain (2007). Research and referencing. Reading: Garnet Publishing Ltd.
- García Ferrando, M.; Ibáñez, J.; Alvira, F. El análisis de la realidad social: métodos y técnicas de investigación. Alianza, 2000.
- Santesmases, M.; Merino, M.J.; Sánchez, J.; y Peinado, T. (2009). Fundamentos de Marketing. Pirámide, Madrid. Capítulo 4.
- [http:// www.englishforacademicstudy.com](http://www.englishforacademicstudy.com)

ADDENDUM COVID-19

This addendum will only be activated if the health situation requires so and with the prior agreement of the Governing Council



English version is not available

