

**COURSE DATA****Data Subject**

Code	42979
Name	Techniques for preparing academic papers
Cycle	Master's degree
ECTS Credits	5.0
Academic year	2023 - 2024

Study (s)

Degree	Center	Acad. year	Period
2135 - M.U. en Dirección y Planificación del Turismo 12-V.2	Faculty of Economics	1	Annual

Subject-matter

Degree	Subject-matter	Character
2135 - M.U. en Dirección y Planificación del Turismo 12-V.2	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

OUTCOMES**2135 - M.U. en Dirección y Planificación del Turismo 12-V.2**

- 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

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)