

**FITXA IDENTIFICATIVA****Dades de l'Assignatura**

Codi	42979
Nom	Tècniques d'elaboració de treballs acadèmics
Cicle	Màster
Crèdits ECTS	5.0
Curs acadèmic	2024 - 2025

Titulació/titulacions

Titulació	Centre	Curs	Període
2135 - Màster Universitari en Direcció i Planificació del Turisme	Facultat d'Economia	1	Anual

Matèries

Titulació	Matèria	Caràcter
2135 - Màster Universitari en Direcció i Planificació del Turisme	3 - Tècniques d'Elaboració de Treballs Acadèmics	Obligatòria

Coordinació

Nom	Departament
PARDO DEL VAL, MANUELA	105 - Direcció d'Empreses 'Juan José Renau Piqueras'
SANZ BLAS, SILVIA	43 - Comercialització i Investigació de Mercats
YAGÜE PERALES, ROSA MARIA	110 - Economia Aplicada

RESUM**CONEIXEMENTS PREVIS****Relació amb altres assignatures de la mateixa titulació**

No heu especificat les restriccions de matrícula amb altres assignatures del pla d'estudis.



Altres tipus de requisits

COMPETÈNCIES (RD 1393/2007) // RESULTATS DE L'APRENTATGE (RD 822/2021)

2135 - Màster Universitari en Direcció i Planificació del Turismo

- Analitzar l'estructura de l'activitat turística en tots els nivells, tenint en compte els components del desenvolupament turístic sostenible, els seus avantatges i les seues limitacions i riscos.
- Realitzar informes detallats sobre el sector i l'activitat turística.

RESULTATS D'APRENTATGE (RD 1393/2007) // SENSE CONTINGUT (RD 822/2021)

DESCRIPCIÓ DE CONTINGUTS

1.

2.

3.

4.

5.

**VOLUM DE TREBALL**

ACTIVITAT	Hores	% Presencial
Classes de teoria	20,00	100
Elaboració de treballs en grup	15,00	0
Elaboració de treballs individuals	50,00	0
Estudi i treball autònom	15,00	0
Lectures de material complementari	5,00	0
Preparació d'activitats d'avaluació	10,00	0
Preparació de classes pràctiques i de problemes	10,00	0
TOTAL	125,00	

METODOLOGIA DOCENT**AVALUACIÓ****REFERÈNCIES****Bàsiques**

- 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.

Complementàries

- 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)