FICHA IDENTIFICATIVA

Datos de la Asignatura	
Código	42992
Nombre	Trabajo fin de máster
Ciclo	Máster
Créditos ECTS	10.0
Curso académico	2022 - 2023

Titulación(es)

Titulación	Centro	Curso	Periodo
2135 - M.U. en Dirección y Planificación del Turismo 12-V.2	Facultad de Economía	1	Segundo cuatrimestre

Materias

Titulación	Materia	Caracter
2135 - M.U. en Dirección y Planificación del Turismo 12-V.2	12 - Trabajo fin de máster	Trabajo Fin Estudios

Coordinación

Nombre	Departamento
GARCIA MESANAT, GREGORIO	10 - Análisis Económico

RESUMEN

El Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, modificado por el Real Decreto 861/2010 de 2 de julio por el cual se establece la ordenación de los títulos universitarios oficiales establece la obligatoriedad de realizar un trabajo fin de Master que en el caso del Máster Oficial en Dirección y Planificación del Turismo (en adelante MDPT) consta de 10 créditos ECTS. Para ser evaluado el TFM es preciso que el/la estudiante haya superado todos los créditos ECTS de la titulación.

En este sentido, el MDPT ofrece a lo/as estudiantes la posibilidad de realizar dos tipos de TFM:

a) TFM con enfoque investigador

b) TFM con enfoque profesional

Entendemos por **TFM con enfoque investigador** aquel que plantee una pregunta de investigación o hipótesis y persiga, a partir de una adecuada revisión de la literatura académica existente, dar respuesta a dicha pregunta mediante el planteamiento de una investigación, con una metodología cualitativa y/o cualitativa. Por lo tanto, los puntos fuertes de este tipo de trabajos deberán ser la revisión de la literatura y la metodología de una investigación empírica que se plantee para contrastar la/s hipótesis planteadas.

Un **TFM con enfoque profesional**, puede estar relacionado con las prácticas realizadas en empresas o instituciones, pero también puede realizarse para estudiar una problemática concreta de una empresa/institución o sector. Con este fin, lo/as estudiantes deberán recurrir a la literatura e informes externos (i.e. Passport, bases de datos) y sobre la problemática a estudio tiene que indicar qué soluciones aporta o aportaría. En este caso, el punto fuerte deberá ser la correcta descripción de la empresa o sector (por ejemplo a través de un análisis de fortalezas y debilidades; amenazas y oportunidades en base a una información secundaria robusta, externa e interna) y de la problemática específica seleccionada, así como de la rigurosidad en la solución a los problemas planteados en base a las metodologías aprendidas en el Máster. Se recomienda incluir investigación cualitativa y se valorará si es cuantitavia, pero en ningún caso se considerará obligatorio.

CONOCIMIENTOS PREVIOS

Relación con otras asignaturas de la misma titulación

No se han especificado restricciones de matrícula con otras asignaturas del plan de estudios.

Otros tipos de requisitos

Para ser evaluado del TFM el/la estudiante debe haber superado el resto de módulos del Máster.

COMPETENCIAS

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

- Poseer las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.
- 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.
- Conocer las costumbres y prácticas del sector en su vertiente nacional e internacional, así como las peculiaridades inherentes a las diferentes áreas económicas.
- Obtener una visión más amplia de las relaciones comerciales, que abarca a todos los mercados turísticos, enfocando la problemática empresarial desde una perspectiva tanto local como global.
- Realizar informes detallados sobre el sector y la actividad turística
- Capacidad para presentar en público el diseño de un proyecto de manera clara y coherente y responder satisfactoriamente a críticas sobre el mismo, mediante juicios argumentados, defendiéndolo con rigor y tolerancia.
- Habilidades para buscar, procesar y analizar información procedente de fuentes diversas.
- Manejar las TICs.

- Capacidad para trabajar en un equipo y enfrentarse a situaciones problemáticas de manera colectiva.
- Detectar oportunidades y amenazas de distintos mercados turísticos, de sus competidores a corto y largo plazo y sus clientes.
- Detectar nuevos mercados emergentes y abrir la empresa a los mismos. Realización de informes para asesoramiento en relaciones con mercados emergentes.
- Adaptar la estrategia comercial a las particularidades de cada entorno empresarial turístico.
- Seleccionar y gestionar las vías de acceso a los mercados turísticos.
- Asumir responsabilidades directivas y técnicas en organismos públicos y para públicos cuyo objeto es el apoyo a la gestión de las empresas turísticas.
- Gestionar un departamento de turismo en la administración pública
- Entender y adaptarse a las particularidades culturales de cada mercado turístico.
- Actuar en el marco de los Derechos Humanos, los principios democráticos, los principios de igualdad entre mujeres y hombres, de solidaridad, de protección medioambiental, de accesibilidad universal y diseño para todos, y de fomento de la cultura de la paz.
- Habilidades en la negociación y resolución de problemas y conflictos.
- Capacidad de dirección de departamentos de empresas turísticas.
- Que los/las estudiantes sepan 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.
- Que los/las estudiantes sean capaces 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.
- Que los/las estudiantes sepan 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.
- Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación.
- Capacidad para dirigir personas y habilidades directivas de liderazgo en la actividad turística.
- Conocer la metodología de la gobernanza turística.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Análisis de la estructura de la actividad turística en todos sus niveles, teniendo en cuenta los componentes del desarrollo turístico sostenible, sus ventajas, así como sus limitaciones y riesgos.

Conocimiento de las costumbres y prácticas del sector en su vertiente nacional e internacional, así como las peculiaridades inherentes a las diferentes áreas económicas.

Obtención de una visión más amplia de las relaciones comerciales, que abarque a todos los mercados turísticos desde una perspectiva tanto local como global.

Conocimiento de la metodología de la gobernanza turística en países desarrollados y en vías de desarrollo.

Realización de informes detallados sobre el sector y la actividad turística.

Aplicación de conocimientos teóricos a un problema práctico.

Análisis y síntesis.

Comunicación oral y escrita en diferentes lenguas.

Presentación en público de un proyecto de manera clara y coherente, respondiendo satisfactoriamente las críticas sobre el mismo, mediante juicios argumentados y defendiéndolo con rigor y tolerancia.

Compromiso con la empresa.

Dirección de personas en las organizaciones turísticas

Búsqueda, procesamiento y análisis de la información procedente de fuentes diversas.

Manejo de las TICs.

Trabajo en un equipo y resolución de situaciones conflictivas.

Detección de oportunidades y amenazas de distintos mercados turísticos, de sus competidores a corto y largo plazo y sus clientes.

Detección de nuevos mercados emergentes. Realización de informes para asesoramiento en relaciones con mercados emergentes.

Adaptación de la estrategia comercial a las particularidades de cada entorno empresarial turístico.

Selección y gestión de las vías de acceso a los mercados turísticos

Dirección de departamentos de empresas turísticas.

Dirección y gestión de organismos públicos y para públicos cuyo objeto es el apoyo a la gestión de las empresas turísticas.

Gestión de un departamento de turismo en la administración pública.

Adaptación a las particularidades culturales de cada mercado turístico.

Actuar positiva, activa y receptivamente hacia el aprendizaje.

Actuación en el marco de los Derechos Humanos, los principios democráticos, los principios de igualdad entre mujeres y hombres, de solidaridad, de protección medioambiental, de accesibilidad universal y diseño para todos, y de fomento de la cultura de la paz.

DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS

VOLUMEN DE TRABAJO

ACTIVIDAD	Horas	% Presencial
Trabajo fin de Grado/Máster		100
Asistencia a eventos y actividades externas	25,00	0
Elaboración de un proyecto final de estudios	225,00	0
TOTAL	**250,00**	

METODOLOGÍA DOCENTE

Los TFM consistirán en la realización de una memoria o proyecto bajo la supervisión de un tutor/es/a/as que ponga de manifiesto los conocimientos y competencias adquiridas por el/la estudiante a lo largo de la titulación. Hay dos actividades formativas que se tienen que realizar en el TFM:

1. La primera, la asistencia a reuniones de supervisión con el/la tutor/a académico/a. Para esta actividad la CCAM ha considerado que es necesario, por lo menos, emplear 25 horas (1 crédito) hasta la defensa final del TFM (así viene recogido en la memoria del MDPT).
2. La segunda actividad formativa consiste en la realización del TFM por parte del/a estudiante, que supone un mínimo de 225 horas de trabajo del/a estudiante (9 créditos).

EVALUACIÓN

El TFM debe tener el siguiente formato:

Longitud:

Si bien no es posible determinar un número óptimo de páginas para un buen TFM, la experiencia dicta que no parece viable afrontarlo en menos de 50 páginas, y superar las 100 páginas tampoco es recomendable (excluidos posibles anexos o resultados cuantitativos de investigaciones).

Se recomienda la utilización del siguiente modelo de formato de TFM:

Portada:

Se adjuntará plantilla en el Aula Virtual

Primera página:

(a) Título del TFM, el nombre del/la estudiante, correo electrónico y nombre del tutor/a académico/a.

(b) Resumen y Palabras clave: el resumen, de 50 a 100 palabras, deberá hacer constar de forma concisa el contenido y las principales conclusiones, y finalizar con 4 o 6 palabras clave para clasificar el TFM.

(c) Tipología del TFM: investigador o profesional.

Texto:

Todas las partes del TFM, con su título apropiado, pueden dividirse a su vez en secciones subtituladas y numeradas. Véase la tabla 1 para conocer la estructura recomendada del TFM.

El texto deberá estar mecanografiado a doble espacio, con fuente tipo Arial y tamaño 10, con amplios márgenes (superior e inferior de 2,5 cm., izquierdo y derecho de 3 cm.)

Sólo deberán emplearse notas a pie de página y apéndices cuando sea estrictamente necesario.

Cuadros, Tablas y Gráficos: Los cuadros, tablas y gráficos, distribuidos a lo largo del documento, deberán estar ordenados en números arábigos, seguidos de títulos descriptivos muy breves y sus correspondientes fuentes. Los datos de las tablas deberán presentarse en columnas y omitiendo decimales no significativos. Los detalles importantes deben ponerse como notas a pie de cuadro, tabla o gráfico. En el texto todas las ilustraciones, gráficos, y mapas, se denominarán “Gráficos”. El tamaño de los cuadros, tablas y gráficos es preferible que no superen el de una página. No debe incluirse fotocopias o impresiones similares obtenidas de libros o revistas. Sólo se puede incorporar al texto un número limitado de cuadros, tablas y gráficos, que sean importantes para el estudio. Todos deben estar acompañados de sus respectivas fuentes bibliográficas o indicados como elaboración propia.

Abreviaciones y Acrónimos: Deberán ser bien deletreados y bien definidos cuando se utilicen por primera vez en el texto.

Bibliografía: En el texto las referencias bibliográficas deberán ser citadas entre paréntesis con el nombre del autor/a y el año de publicación. Por ejemplo: (Apellidos -del autor/es- Año: Dann y Cohen 1991; Smith 1987, 1989). Para referencias más específicas o para citas directas se indicarán los números de las páginas (Graburn 1989: 23). La lista bibliográfica al final del texto deberá estar escrita a un espacio y por orden alfabético de autores. Véase el apartado 6 para más información.

El TFM del MDPT finaliza con 2 partes añadidas al trabajo académico:

a) Descripción de la relación entre los conocimientos adquiridos en el máster (módulos docentes y prácticas en empresa/institución) con las competencias y habilidades desarrolladas

b) Curriculum Vitae del/a estudiante.

El TFM se puede presentar en las dos convocatorias oficiales del curso a través de la plataforma ENTREU.

Para la 1ª convocatoria hasta el 21 de junio de 2019, y para la 2ª convocatoria hasta el 6 de septiembre de 2019.

Desde la fecha límite de presentación del TFM hay un plazo mínimo de 7 días naturales hasta la fecha del acto defensa ante el tribunal. Dicha fecha se comunicará a través del Aula Virtual.

Este plazo entre el depósito y la defensa le debe de servir al estudiante para preparar dicho acto, valiéndose de una presentación normalmente en Power Point © Microsoft (aplicación instalada en los ordenadores a disposición del/a estudiante para la defensa) o similar. En este sentido, si se utiliza otra aplicación distinta a la recomendada es responsabilidad del/a estudiante asegurarse de su viabilidad en la defensa.

El acto de defensa del TFM, que será público, salvo petición expresa y justificada del/a estudiante, tiene una duración máxima de 40 minutos y consiste en:

1º Inauguración del acto por parte del presidente del tribunal, estableciendo su mecánica.

2º Presentación del TFM por parte del estudiante, máximo 15 minutos, donde debe realizar un resumen del mismo, deteniéndose fundamentalmente en los resultados y conclusiones. En este sentido el/la estudiante debe considerar que el tribunal ha dispuesto del TFM con suficiente antelación y lo ha leído en su totalidad.

3º Comentarios y consideraciones de cada uno de los miembros del tribunal respecto al TFM presentado.

4º Consideraciones finales del/a estudiante a tenor de los comentarios/preguntas realizados por los miembros del tribunal.

REFERENCIAS