

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

Code	42992
Name	Master's final project
Cycle	Master's degree
ECTS Credits	10.0
Academic year	2022 - 2023

Study (s)

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

Subject-matter

Degree	Subject-matter	Character
2135 - M.U. en Dirección y Planificación del Turismo 12-V.2	12 - Master's final project	End Labour Studies

Coordination

Name	Department
GARCIA MESANAT, GREGORIO	10 - Economic Analysis

SUMMARY**English version is not available**

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 cuantitativa, pero en ningún caso se considerará obligatorio.

PREVIOUS KNOWLEDGE

Relationship to other subjects of the same degree

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

Other requirements

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

OUTCOMES

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.
- Students can apply the knowledge acquired and their ability to solve problems in new or unfamiliar environments within broader (or multidisciplinary) contexts related to their field of study.
- Students are able to integrate knowledge and handle the complexity of formulating judgments based on information that, while being incomplete or limited, includes reflection on social and ethical responsibilities linked to the application of their knowledge and judgments.
- Students can communicate their conclusions, and the knowledge and rationale underpinning these, to specialist and non-specialist audiences, clearly and unambiguously.
- Students have the knowledge and understanding that provide a basis or an opportunity for originality in developing and/or applying ideas, often within a research context.



- Capacidad para dirigir personas y habilidades directivas de liderazgo en la actividad turística.
- Conocer la metodología de la gobernanza turística.

LEARNING OUTCOMES

English version is not available

WORKLOAD

ACTIVITY	Hours	% To be attended
Graduation project		100
Attendance at events and external activities	25,00	0
Development of a final project	225,00	0
TOTAL	250,00	

TEACHING METHODOLOGY

English version is not available

EVALUATION

English version is not available