PASOS
Revista de Turismo y Patrimonio Cultural
www.pasosonline.org

Vol. 1 Nº 1 págs. 243-246. 2003
https://doi.org/10.25145/j.pasos.2003.01.025

Estudios

Diplomado en turismo Master / Experto en gestión de empresas turísticas en la Universidad de La Laguna (Tenerife, España)

Francisco Calero García

Director de de la Escuela Universitaria de Ciencias Empresariales y Turismo de la Universidad de La Laguna.
Director del Master / Experto en Gestión de Empresas Turísticas
E-mail: fcalero@ull.es

Master en Gestión de Empresas Turísticas
Experto en Gestión de Empresas Turísticas

En una sociedad en la que la información se ha constituido en un valor indiscutible y la gestión efectiva de la misma reporta importantes ventajas competitivas a las organizaciones, los profesionales e individuos adecuadamente formados se erigen como uno de los activos más importantes de las empresas.

La formación se constituye así en un elemento de capital importancia para el logro de los objetivos de cualquier organización.

Al mismo tiempo, la gran segmentación de la demanda, la globalización de los mercados, la exigencia de mayor flexibilidad en los distintos procesos, así como la sustentabilidad ambiental y sociocultural, son las nuevas condiciones nuevas condiciones estructurales de nuestro entorno turístico. Ello obliga a promover una mayor competitividad de las empresas y enclaves turísticos, de ahí que la mejora de la cualificación del capital humano involucrado en la actividad turística se convierta en un factor prioritario.

Los estudios en turismo en la Universidad de La Laguna llevan implantados cinco años. Es una titulación que junto a la Diplomatura en Ciencias Empresariales que se imparten en la Escuela Universitaria de Ciencias Empresariales de la Universidad de Las Laguna.

El plan de estudios fue aprobado en sesión ordinaria de Junta de Gobierno de la Universidad de La Laguna el día 17 de

© PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural. ISSN 1695-7121

Marzo de 1998, homologado por el Consejo de Universidades el día 14 de Julio de 1998 y publicado en el B.O.E. nº 207 de 29 de Agosto del mismo año.

Este plan de estudios se configura desde una visión global y generalista de lo que se entiende que deben contener unos estudios en turismo, dada la gran trascendencia que supone este tipo de formación , más si tenemos en cuenta que esta actividad supone el pilar donde descansa la economía canaria.

El título de Diplomado en Turismo se configura sobre una base curricular especializada que proporciona la formación universitaria adecuada a las necesidades de nuestro entorno.

Desde el punto de vista pedagógico, se trata de formar titulados con conocimientos, capacidad y actitudes personales y dominio de idiomas, necesarios para ejercer competitivamente la profesión e incorporarse de modo inmediato al mercado de trabajo. Así mismo, dispondría de la formación propia de un profesional versátil, capaz de actualizar sus conocimientos en función de las exigencias de los cambios del mercado.

La diplomatura de Turismo se compone de 207 créditos (1 crédito= 10 horas) de los cuales 90 créditos son de materias troncales, 67, 5 de materias obligatorias, 40,5 créditos de materias optativas y 21 de materias de libre elección. En el siguiente cuadro se puede observar la distribución por años de esta carga lectiva así como el porcentaje que cada tipo de materia supone dentro de la carga total del título. Al mismo tiempo cada una de estas materias se subdividen en créditos teóricos y créditos prácticos (una información más detallada se puede encontrar en www.euce.ull.es).

DISTRIBUCIÓN DE LA CARGA LECTIVA GLOBAL

Curso	Materias Troncales	Materias Obligatorias	Materias Optativas	Materias Libre Elección	Créditos Totales
1º	48,0	13,5	-	-	61,5
2º	21,0	39,0	10,5	10,5	70,5
3º	21,0	15,0	30,0	10,5	75
TOTAL	90,0	67,5	40,5	21,0	207
%	43,48	32,61	13,77	10,14	100

DISTRIBUCIÓN EN CRÉDITOS TEÓRICOS Y PRÁCTICOS

Curso	Créditos Teóricos	Créditos Prácticos	Créditos Totales
1º	37,5	24,0	61,5
2º	30,0	30,0	60,0
3º	15,0	21,0	36,0

Al mismo tiempo como parte de su formación los alumnos tienen que realizar prácticas en empresas que complemente la formación recibida en las aulas. Es por ello, que desde la escuela se han suscritos convenios con empresas privadas, públicas e instituciones para garantizar esta formación práctica de nuestros alumnos.

También se abre la posibilidad de realizar estancias e intercambios con otras universidades extranjeras (en la actualidad existen convenios con doce universidades europeas) con la finalidad de fortalecer la formación no sólo a nivel de idiomas sino

también de forma global en cuanto a formación cultural se refiere.

La oferta formativa en turismo se completa con la implementación del Master y el Experto en Gestión de Empresas Turísticas, iniciativa que comenzó en el curso 2002-2003 y que actualmente ya se está en condiciones de ofertar la siguiente edición que comenzará en octubre de 2003.

El Master y Experto en Gestión de Empresas Turísticas pretende proporcionar a los participantes un conocimiento sólido acerca del funcionamiento del negocio turístico, de manera que aquellos estén en disposición, una vez terminado el programa, de dirigir, con criterios de eficacia y de eficiencia, cualquier tipo de negocio cuya misión esté relacionada con el turismo.

Por tanto, el objetivo final será atender las necesidades de máxima formación en turismo que se dan tanto en empresas como en la administración. Más concretamente, se pretende:

» Comprender los factores claves del éxito del negocio turístico tanto desde el punto de vista estratégico como táctico
» Aprender a implementar nuevos desarrollos de negocios turísticos
» Conocer el *management* del negocio turístico y cómo aplicarlo en diferentes vertientes y circunstancias
» Alcanzar una excelente formación a través del adecuado manejo de la comunicación, la satisfacción de gestión de canales de comercialización, la innovación de productos, la gestión de clientes y la fidelización de los mismos.

Para ello se plantea un programa ambicioso que pretende ofrecer un cuerpo formativo de nivel superior que permita la generación de cuadros directivos y técnicos especialistas en la gestión turística.

En cuanto a la metodología, es un programa activo y participativo. Los contenidos del programa tienen una orientación eminentemente práctica y de aplicaciones en las tareas de dirección mediante el aprendizaje de técnicas y herramientas de gestión que se materializan en la realización de trabajos y en la resolución de casos en grupo o individuales.

En la página siguiente se presenta a modo de esquema el contenido que actualmente se está impartiendo en este título de postgrado de la Universidad de La Laguna. (una información más detallada se puede encontrar en www.masterturismo.ull.es).

Como se desprende de las líneas anteriores desde la Escuela Universitaria de Ciencias Empresariales se intenta dar una formación completa y adecuada a las necesidades de la sociedad canaria. Nuestro objetivo final es formar personas y conseguir profesionales que puedan desempeñar su labor en nuestra economía.

Plan de Estudios	Créditos
A) ANÁLISIS DEL MERCADO TURÍSTICO	**2,50**
A.0.1. Los Mercados Turísticos. Determinantes, tendencias e impactos	2,00
A.0.2. Los Mercados Emisores	0,50
B) GESTIÓN DE LA EMPRESA TURÍSTICA	**24,00**
B.0.1. Gestión Económico - Financiera de la Empresa Turística	2,00
B.0.2. Negociación y Contratación Turística	2,00
B.0.3. Gestión de la Calidad en las Empresas Turísticas	2,00
B.0.4. Gestión de Recursos Humanos en la Empresa Turística	3,00
B.0.5. Gestión Comercial y de Marketing en la Empresa Turística	2,00
B.0.6. Gestión de la Producción en la Empresa Turística	3,00
B.0.7. Dirección Estratégica en la Industria Turística	2,00
B.0.8. Análisis de Costes en la Empresa Turística	2,00
B.0.9. Gestión de los Canales de Distribución de Servicios Turísticos	2,00
B.1.0. Gestión Medioambiental de la Empresa Turística	2,00
B.1.1. Análisis de Datos Turísticos	2,00
C) ASPECTOS JURÍDICOS Y FISCALES EN LA EMPRESA TURÍSTICA	**4,00**
D) PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES EN EMPRESAS TURÍSTICAS	**2,50**
E) LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS EN EL SECTOR TURÍSTICO	**2,00**
F) NUEVOS PRODUCTOS TURÍSTICOS	**2,00**
F.1.0. Productos de Turismo Alternativo	
F.1.1. Introducción a los Productos Turísticos no Convencionales	0,20
F.1.2. Antecedentes y Evolución del turismo Rural. Financiación	0,30
F.1.3. Comercialización y Planes de Viabilidad en Empresas de turismo Rural	0,40
F.2.0. Productos Turísticos de Promoción Exterior	
F.2.1. Turismo Activo	0,15
F.2.2. Turismo de Golf	0,15
F.2.3. Turismo de Negocios y Convenciones	0,15
F.2.4. Turismo de Calidad	0,15
F.3.0. Parques de Ocio	0,50
G) DIRECCIÓN DE OTRAS EMPRESAS TURÍSTICAS	**5,50**
G.0.1. Gestión de Agencias de Viajes	1,50
G.0.2. Gestión de Agencias de Viajes (winvoyage)	1,50
G.0.3. Gestión de Parques de Ocio	2,50
H) MÓDULOS DE IDIOMAS	**5,00**
H.0.1. Inglés Turístico	
H.0.2. Alemán Turístico	
I) SEMINARIOS	**4,50**
J) CONFERENCIAS DE ACTUALIDAD	**1,00**
K) PROYECTO FIN DE MASTER	**5,00**