PROYECTO FORMATIVO DE LA PRÁCTICA. MÁSTER DE TURISMO: DIRECCIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS
COMPETENCIAS GENÉRICAS Y/O ESPECÍFICAS
- Aplicar instrumentos de planificación. - 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. - 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 el ámbito del sector turístico. - Capacitar a los 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. - Conocer las áreas de gestión de la administración pública turística. - Conocer las políticas que afectan al turismo, analizando los objetivos, las estrategias y los instrumentos públicos de la planificación turística para su aprovechamiento en la gestión empresarial. - Definir prioridades en la consecución de objetivos. - Establecer sistemas de control de la evolución de la actividad turística. - Tener visión innovadora, prospectiva y proactiva. -Adaptarse a nuevas situaciones. -Adquirir las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo. Analizar críticamente la información económico-patrimonial de las organizaciones turísticas. -Aplicar las técnicas de gestión económico-financiera para la explotación turística. -Aplicar sistemas de calidad y gestión medioambiental, económica y social. -Capacidad de aprender de forma autónoma (autoaprendizaje).

-Capacitar al estudiante para 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

-Comprender el marco legal que regula las actividades turísticas.

-Comprender la importancia de las redes en las que la organización se encuentra inmersa y saber posicionarse en ellas.

-Compromiso ético.

-Conocer las competencias y funciones de las diferentes áreas de gestión.

-Conocer las nuevas tendencias en la creación de productos turísticos.

-Conocer las técnicas de dirección empresarial.

-Conocer las tendencias y la dinámica de los mercados turísticos y su incidencia en la Gestión y Dirección de entidades turísticas.

-Conocer los fundamentos y aplicar metodologías científicas adecuadas.

-Conocer los principios de la gestión sostenible.

-Convertir un problema empírico en un objetivo de investigación y elaborar conclusiones.

-Decidir sobre la aplicación de las nuevas tecnologías.

-Diagnosticar necesidades y oportunidades e identificar las potencialidades y amenazas del destino turístico para la gestión de nuevas entidades o desarrollo de innovaciones turísticas.

-Dirigir, organizar y gestionar medioambientalmente (managemet) los distintos tipos de entidades turísticas, así como de sus diferentes departamentos (Financiero, comercial, personal, ¿).

-Diseñar productos y emprender proyectos turísticos con criterios sostenibles.

-Entender el destino turístico y empresa como sistema.

-Interpretar y evaluar con espíritu crítico los resultados obtenidos.

-Manejar las técnicas de comunicación.

-Manejar técnicas de recogida y análisis de datos.

-Negociar: llegara a acuerdos.

-Organizar y liderar equipos.

-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.

-Reconocer las competencias y habilidades a nivel individual, grupal y organizativo.

-Relacionar agentes implicados en el desarrollo del producto turístico.

-Saber representar a la organización.

-Tomar decisiones y resolver problemas.

-Trabajar en un contexto de responsabilidad social.

OBJETIVOS EDUCATIVOS

-Formar profesionales capacitados para la dirección y gestión sostenible de empresas turísticas
-Formación integral de auténticos profesionales, mediante el desarrollo de unas capacidades y actitudes personales que les lleven a adoptar decisiones creativas en problemas complejos, dirigiendo grupos humanos y orientando hacia la eficiencia a la totalidad de la organización.
-Capacitar en el conocimiento del diseño, construcción y mantenimiento general sostenible de una empresa turística.
-Aportar una profunda visión del entorno y del sector en el que desarrollan sus actividades las empresas turísticas, con un análisis detallado de la situación actual y perspectivas futuras del mismo.
-Proporcionar los conocimientos necesarios para lograr la internacionalización de empresas y organizaciones y la creación de nuevos proyectos empresariales en el sector.
-Capacitar al participante en el uso de las técnicas de gestión y dirección que le permitan analizar, planificar, ejecutar y controlar las actividades de las empresas turísticas, dotándole de las habilidades que le ayuden a exponer y convencer de sus ideas a las diferentes partes implicadas en la organización.
-Incentivar el aprendizaje y conocimiento como claves que enriquecen la creatividad de la actividad empresarial y ayudan a detectar nuevas oportunidades en el sector turístico.
-Transmitir los conocimientos más recientes y las mejores prácticas en las áreas de gestión y desarrollo de las empresas turísticas.
-Formar técnicos capaces de articular el proceso de gestión turística de una correcta ordenación del territorio y del desarrollo socio-económico de las áreas de destino.

-Estimular la innovación y el desarrollo de nuevos productos turísticos. -Dotar a los alumnos de conocimientos en la gestión turística destacando el papel de las nuevas tecnologías. -Dotar a los alumnos de conocimientos y habilidades para la gestión y planificación turística, tanto desde la perspectiva funcional, como territorial, medioambiental y cultural. -Habituar a los alumnos en el manejo de las técnicas de investigación turística.
CONTENIDOS DE LA PRÁCTICA