



## Planificación de las enseñanzas

### 1 Estructura de las enseñanzas:

#### a Distribución del plan de estudios en créditos ECTS, por tipo de materia

En las tablas que se adjuntan se describe la distribución en créditos ECTS del plan de estudios del grado en Turismo.

TIPO DE FORMACIÓN	CRÉDITOS
Formación básica	60
Obligatorias	120
Optativas	36
Prácticas externas	18
Trabajo fin de grado	6
<b>CRÉDITOS TOTALES</b>	<b>240</b>

Curso	Básicas	Obligatorias	Optativas	Prácticas	Trabajo fin grado	Totales
1	60					60
2		60				60
3		60				60
4			36	18	6	60
<b>TOTALES</b>	<b>60</b>	<b>120</b>	<b>36</b>	<b>18</b>	<b>6</b>	<b>240</b>

El estudiante podrá obtener el reconocimiento académico de hasta un máximo de 6 créditos ECTS (equivalentes a una asignatura optativa) por:

- Participación en actividades universitarias culturales, deportivas, de representación estudiantil, solidarias y de cooperación, como establecen el RD 1393/2007 y la Ley Orgánica 6/2001.



b Explicación general de la planificación del plan de estudios

El grado en Turismo se organiza sobre la base de 6 módulos, subdivididos a su vez en materias y éstas en asignaturas semestrales de 6 créditos ECTS cada una (salvo las prácticas en empresas que tendrán un peso de 18 créditos ECTS).

A continuación se realiza una breve descripción general de los módulos de que constará el plan de estudios.

<b>FUNDAMENTOS Y DIMENSIONES DEL TURISMO</b>
Principios generales del turismo, identificando los distintos agentes que participan en la configuración de la actividad turística, su análisis, evolución, impactos y potencialidades.
<b>DIRECCIÓN Y GESTIÓN DE EMPRESAS DE SERVICIOS TURÍSTICOS</b>
Conocer los fundamentos de las empresas de servicios. Aplicación de los principios básicos de la gestión de las distintas áreas funcionales de las empresas turísticas así como la adaptación a los factores que determinan los cambios de su entorno.
<b>DISTRIBUCIÓN TURÍSTICA Y GESTIÓN DE ALOJAMIENTOS</b>
Conocer los principios de la gestión de la distribución y los procedimientos operativos con un enfoque de mejora de la comunicación y el servicio al cliente. Explorar y dirigir las distintas empresas de alojamiento y restauración aplicando las teorías propias de la gestión empresarial. Introducción al conocimiento de los procedimientos operativos asociados a dicha gestión.
<b>RECURSOS, PRODUCTOS Y DESTINOS TURÍSTICOS</b>
Analizar y diagnosticar los recursos como base de la actividad turística. Aprender y aplicar los métodos para crear, innovar y consolidar productos desde una perspectiva integrada. Analizar las diferentes tipologías y estrategias de los destinos turísticos. Su ordenación, planificación y herramientas que permitan su gestión y comercialización.
<b>LENGUAS EXTRANJERAS APLICADAS AL TURISMO</b>
Perfeccionamiento e intensificación del inglés como primera lengua extranjera y del francés y/o alemán como lengua adicional para un adecuado desarrollo profesional.
<b>PRÁCTICUM</b>
Profundización en los conocimientos, capacidades y actitudes, vinculando a los alumnos a la realidad empresarial del sector turístico, completando y complementado su formación teórica con la experiencia práctica.



La distribución por módulos, materias y asignaturas es la siguiente:

MÓDULO	MATERIA	ASIGNATURA
FUNDAMENTOS Y DIMENSIONES DEL TURISMO	PRINCIPIOS BÁSICOS	Historia del turismo
		Principios jurídicos básicos del turismo
		Sociología del turismo
	ECONOMÍA	Economía aplicada al turismo
		Estadística aplicada al turismo
		Estructura económica de los mercados turísticos
DIRECCIÓN Y GESTIÓN DE EMPRESAS DE SERVICIOS TURÍSTICOS	ORGANIZACIÓN	Administración de empresas y gestión de personal
		Dirección de empresas turísticas y gestión de la calidad
	GESTIÓN OPERATIVA	Fundamentos de contabilidad y análisis de los estados financieros
		Dirección y gestión de operaciones en empresas turísticas
		Fundamentos de marketing turístico
		Inversión y financiación de empresas turísticas
DISTRIBUCIÓN TURÍSTICA Y GESTIÓN DE ALOJAMIENTOS	DISTRIBUCIÓN	Contratación en el sector turístico
		Distribución y comercialización de productos turísticos
		Marketing electrónico
		Dirección y técnica de ventas
		Marketing directo y relacional
		Logística y comunicación comercial
		Sistemas de información y comunicación
		Lenguaje publicitario
		Teoría e historia de la publicidad I
		Teoría e historia de la publicidad II
		Los medios publicitarios: investigación, planificación y gestión
	Ideas, métodos y estrategias creativas: el plan o proyecto creativo	
	GESTIÓN DE EMPRESAS	Gestión de empresas hoteleras
		Contabilidad de costes para empresas turísticas
		Derecho de los consumidores
		Informática para la gestión empresarial
RECURSOS, PRODUCTOS Y DESTINOS TURÍSTICOS	RECURSOS	Geografía turística
		Recursos culturales turísticos
		Recursos territoriales turísticos
	PRODUCTOS	Ordenación del espacio turístico
		Planificación y gestión del patrimonio cultural
		Itinerarios turísticos e información turística
	DESTINOS	Política económica turística
		Plan de marketing de destinos turísticos
		Organización, gestión y protocolo de eventos y congresos
		Investigación de mercados
		Turismo en entornos rurales y naturales
		Sostenibilidad y accesibilidad
LENGUAS EXTRANJERAS APLICADAS AL TURISMO	INGLÉS	Primera lengua extranjera: Inglés I
		Primera lengua extranjera: Inglés II
		Primera lengua extranjera: Inglés III
		Primera lengua extranjera: Inglés IV
		Primera lengua extranjera: Inglés aplicado



	FRANCÉS	Segunda lengua extranjera I (francés)
		Segunda lengua extranjera II (francés)
		Segunda lengua extranjera III (francés)
		Segunda lengua extranjera IV (francés)
	ALEMÁN	Segunda lengua extranjera I (alemán)
		Segunda lengua extranjera II (alemán)
		Segunda lengua extranjera III (alemán)
		Segunda lengua extranjera IV (alemán)
PRACTICUM	PRÁCTICAS EXTERNAS	Prácticas I y Prácticas II
	TRABAJO	Trabajo Fin de Grado

**Tipo de formación**

El plan del título de Turismo se estructura bajo tres tipos de formación: básica, obligatoria y optativa.

Las asignaturas de Conocimientos **Básicos** se consideran disciplinas que aportan conocimientos esenciales para la formación inicial que deben recibir los futuros egresados; son conocimientos que resultan necesarios para que los alumnos puedan asimilar el resto de asignaturas que se impartirán en cursos superiores. La formación recibida permite adquirir conocimientos esenciales sobre los principios básicos del turismo en sus dimensiones espacial, cultural, social, política, legislativa, laboral y económica; así como aquellos principios básicos relativos a la configuración y análisis de la empresa turística. Todas estas asignaturas se cursan a lo largo del primer año del Grado, ofreciéndose 5 asignaturas por semestre.

En cumplimiento de lo dispuesto por el Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales, el plan de estudios deberá contener un mínimo de 60 créditos básicos de los que, al menos, 36 estarán vinculados a algunas de las materias que figuran en el anexo II del Real Decreto para la rama de conocimiento a la que se pretenda adscribir el Título, en este caso la de Ciencias Sociales y Jurídicas. Estas materias deberán concretarse en asignaturas con un mínimo de 6 créditos cada una y serán ofertadas en la primera mitad del plan de estudios. Los créditos restantes hasta 60, en su caso, deberán estar configurados por materias básicas de la misma u otras ramas de conocimiento incluidas en el anexo II del citado Real Decreto u otras materias, siempre que se justifique su carácter básico para la formación inicial del estudiante o su carácter transversal.

Siete asignaturas básicas proceden de la rama de conocimiento de Ciencias Sociales y Jurídicas y tres asignaturas básicas proceden de una rama de conocimiento diferente a las Ciencias Sociales y Jurídicas. La inclusión del Inglés I, Geografía Turística y Recursos Culturales Turísticos vinculadas a la rama de Artes y Humanidades se debe tanto a su carácter básico para la formación inicial del estudiante como a su carácter transversal.

Las asignaturas que configuran la formación **Obligatoria** del Grado aportan competencias imprescindibles para la futura labor profesional de los graduados en Turismo y que aparecen reflejadas en el punto 3.2. Este bloque se compone de un total de 20 asignaturas regladas de 6 créditos ECTS cada una, lo que conforma un total de 120 créditos ECTS. Estas asignaturas se distribuyen a lo largo del segundo y tercer curso, ofreciéndose 5 asignaturas por semestre.



Los alumnos deberán elegir como asignaturas obligatorias un segundo idioma entre francés y alemán. Elegido uno, el otro idioma se convierte automáticamente en idioma optativo, añadiéndose así a la lista de asignaturas optativas establecidas en el título.

Tal y como establece la Guía para el Diseño y Tramitación de los Títulos de Grado y Máster de la Universidad de Valladolid, el plan de estudios tiene que fijar el número de créditos ECTS de naturaleza **Optativa** que los alumnos pueden cursar. La citada guía establece que el número de créditos optativos totales que debe cursar el estudiante no puede ser inferior a 24 ECTS ni superar los 48 ECTS. En cumplimiento de lo dispuesto en este documento, los créditos optativos que tendrán que superar los alumnos de Grado en Turismo serán de 36 ECTS, para lo cual se les hace una oferta de 78 ECTS repartidos en 16 asignaturas (13 optativas generales + 3 optativas del segundo idioma no elegido como obligatorio) de 6 créditos ECTS cada una. De manera adicional, y exclusivamente para aquellos estudiantes que simultaneen los grados de Turismo y Publicidad y relaciones públicas, se han incorporado 6 asignaturas optativas de obligado curso.

Las asignaturas Optativas ofertadas dan lugar a itinerarios que permiten especializarse a los alumnos dentro de la titulación. En nuestro caso se ha fijado la necesidad de cursar la mayor parte de la optatividad con asignaturas del itinerario. De este modo, cuando se superan tres asignaturas de un itinerario -18 créditos de los 30 totales- se recibe la alusión del itinerario correspondiente. Hay dos posibles itinerarios:

Gestión de empresas, que permite a los alumnos que lo cursen especializarse en la gestión específica de las organizaciones turísticas, profundizando en los aspectos diferenciales de la administración de empresas del sector turístico. Está compuesto por las asignaturas:

Informática para la gestión empresarial.

Gestión de empresas hoteleras

Derecho de los consumidores –ahijada con la equivalente en Administración y dirección de empresas ADE-

Contabilidad de costes para empresas turísticas

Destinos turísticos, que permite a los alumnos que lo cursen especializarse en la gestión y planificación específica de los destinos turísticos así como su desarrollo potencial. Está compuesto por las asignaturas:

Investigación de mercados

Sostenibilidad y accesibilidad

Turismo en entornos rurales y naturales

Organización, gestión y protocolo de eventos y congresos

Distribución, que permite a los alumnos especializarse en la gestión de la comunicación y comercialización. Las 6 asignaturas ahijadas con publicidad tan solo podrán ser cursadas por aquellos estudiantes que simultaneen los grados de Turismo y Publicidad y relaciones públicas.

- Dirección y técnica de ventas –ahijada con la equivalente en Administración y dirección de empresas ADE-
- Marketing directo y relacional –ahijada con la equivalente en Administración y dirección de empresas ADE-
- Logística y comunicación comercial –ahijada con la equivalente en Administración y dirección de empresas ADE-
- Sistemas de información y comunicación –ahijada con la equivalente en Publicidad-
- Lenguaje publicitario –ahijada con la equivalente en Publicidad-
- Teoría e historia de la publicidad I –ahijada con la equivalente en Publicidad-
- Teoría e historia de la publicidad II –ahijada con la equivalente en Publicidad-



## Grado en Turismo

Memoria formalizada reducida de la Universidad de Valladolid para la verificación de las titulaciones oficiales  
Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias

- Los medios publicitarios: investigación, planificación y gestión–ahijada con la equivalente en Publicidad-
- Ideas, métodos y estrategias creativas: el plan o proyecto creativo–ahijada con la equivalente en Publicidad-

Adicionalmente, existen asignaturas optativas basadas en los idiomas que permiten complementar la formación de ambos itinerarios a través de las competencias específicas derivadas del dominio de dichos idiomas, motivo que nos ha llevado a considerarlas como asignaturas fuera de los itinerarios, pero importantes para ambos.

Primera lengua extranjera: inglés aplicado

Segunda lengua extranjera I, II, III (no cursadas como obligatorias) y IV (francés y/o alemán, según el idioma seleccionado a lo largo de la carrera)

Finalmente se ha establecido un módulo denominado **Practicum** que tienen la consideración de formación Obligatoria. Dada la relevancia que tanto los ya titulados como los empleadores dan a la formación práctica (según se deriva de las distintas aportaciones y estudios), se incluyen las Prácticas externas con 18 créditos ECTS (9+9). Asimismo, según lo establecido en el RD 1393/2007, se ha incluido un Trabajo Fin de Grado con 6 créditos ECTS.

Por último, en desarrollo de lo dispuesto en el artículo 12.8 del Real Decreto se ha establecido la posibilidad de un Reconocimiento Académico de Créditos por la participación en actividades culturales, deportivas, de representación estudiantil, solidarias y de cooperación. Esta libre configuración tendrá la consideración de formación Optativa y un valor de 6 créditos ECTS .La Universidad a través de los centros, desarrollará las actividades



**Grado en Turismo**

Memoria formalizada reducida de la Universidad de Valladolid para la verificación de las titulaciones oficiales  
Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias

CONOCIMIENTOS BÁSICOS				
CURSO	SEMESTRE	MÓDULO	MATERIA (ÁREA CONOCIMIENTO)	ASIGNATURA (TODAS DE 6 ECTS)
1	1	FUNDAMENTOS Y DIMENSIONES DEL TURISMO	PRINCIPIOS BÁSICOS (HISTORIA)	Historia del turismo
1	1	FUNDAMENTOS Y DIMENSIONES DEL TURISMO	PRINCIPIOS BÁSICOS (DERECHO)	Principios jurídicos básicos del turismo
1	1	FUNDAMENTOS Y DIMENSIONES DEL TURISMO	PRINCIPIOS BÁSICOS (SOCIOLOGÍA)	Sociología del turismo
1	1	RECURSOS, PRODUCTOS Y DESTINOS TURÍSTICOS	RECURSOS (GEOGRAFÍA)	Geografía turística
1	1	RECURSOS, PRODUCTOS Y DESTINOS TURÍSTICOS	RECURSOS (ARTE)	Recursos culturales turísticos
1	2	DIRECCIÓN Y GESTIÓN DE EMPRESAS DE SERVICIOS TURÍSTICOS	ECONOMÍA (ECONOMÍA)	Economía aplicada al turismo
1	2	FUNDAMENTOS Y DIMENSIONES DEL TURISMO	ECONOMÍA (ESTADÍSTICA)	Estadística aplicada al turismo
1	2	FUNDAMENTOS Y DIMENSIONES DEL TURISMO	ORGANIZACIÓN (EMPRESA)	Administración de empresas y gestión de personal
1	2	DIRECCIÓN Y GESTIÓN DE EMPRESAS DE SERVICIOS TURÍSTICOS	GESTIÓN OPERATIVA (EMPRESA)	Fundamentos de contabilidad y análisis de los estados financieros de la empresa turística
1	2	LENGUAS EXTRANJERAS APLICADAS AL TURISMO	INGLÉS (IDIOMA MODERNO)	Primera lengua extranjera: Inglés I



CONOCIMIENTOS OBLIGATORIOS				
CURSO	SEMESTRE	MÓDULO	MATERIA	ASIGNATURA (TODAS DE 6 ECTS SALVO LAS PRÁCTICAS CON 18)
2	3	DIRECCIÓN Y GESTIÓN DE EMPRESAS DE SERVICIOS TURÍSTICOS	GESTIÓN OPERATIVA	Dirección y gestión de operaciones en empresas turísticas
2	3	DIRECCIÓN Y GESTIÓN DE EMPRESAS DE SERVICIOS TURÍSTICOS	GESTIÓN OPERATIVA	Fundamentos de marketing turístico
2	3	FUNDAMENTOS Y DIMENSIONES DEL TURISMO	ECONOMÍA	Estructura económica de los mercados turísticos
2	3	RECURSOS, PRODUCTOS Y DESTINOS TURÍSTICOS	RECURSOS	Recursos territoriales turísticos
2	3	LENGUAS EXTRANJERAS APLICADAS AL TURISMO	INGLÉS	Primera lengua extranjera: Inglés II
2	4	DIRECCIÓN Y GESTIÓN DE EMPRESAS DE SERVICIOS TURÍSTICOS	GESTIÓN OPERATIVA	Inversión y financiación de empresas turísticas
2	4	DISTRIBUCIÓN TURÍSTICA Y GESTIÓN DE ALOJAMIENTOS (DERECHO)	DISTRIBUCIÓN	Contratación en el sector turístico
2	4	DIRECCIÓN Y GESTIÓN DE EMPRESAS DE SERVICIOS TURÍSTICOS	ORGANIZACIÓN	Dirección de empresas turísticas y gestión de la calidad
2	4	LENGUAS EXTRANJERAS APLICADAS AL TURISMO	INGLÉS	Primera lengua extranjera III (Inglés III)
2	4	LENGUAS EXTRANJERAS APLICADAS AL TURISMO	FRANCÉS/ ALEMÁN	Segunda lengua extranjera I (francés o alemán)
3	5	RECURSOS, PRODUCTOS Y DESTINOS TURÍSTICOS	DESTINOS	Política económica turística
3	5	RECURSOS, PRODUCTOS Y DESTINOS TURÍSTICOS	PRODUCTOS	Ordenación del espacio turístico





## Grado en Turismo

Memoria formalizada reducida de la Universidad de Valladolid para la verificación de las titulaciones oficiales  
Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias

3	5	RECURSOS, PRODUCTOS Y DESTINOS TURÍSTICOS	PRODUCTOS	Planificación y gestión del patrimonio cultural
3	5	LENGUAS EXTRANJERAS APLICADAS AL TURISMO	INGLÉS	Primera lengua extranjera: Inglés IV
3	5	LENGUAS EXTRANJERAS APLICADAS AL TURISMO	FRANCÉS/ ALEMÁN	Segunda lengua extranjera II (francés o alemán)
3	6	RECURSOS, PRODUCTOS Y DESTINOS TURÍSTICOS	DESTINOS	Plan de marketing de destinos turísticos
3	6	DISTRIBUCIÓN TURÍSTICA Y GESTIÓN DE ALOJAMIENTOS	DISTRIBUCIÓN	Distribución y comercialización de productos turísticos
3	6	RECURSOS, PRODUCTOS Y DESTINOS TURÍSTICOS	PRODUCTOS	Itinerarios turísticos e información turística
3	6	DISTRIBUCIÓN TURÍSTICA Y GESTIÓN DE ALOJAMIENTOS	DISTRIBUCIÓN	Marketing electrónico
3	6	LENGUAS EXTRANJERAS APLICADAS AL TURISMO	FRANCÉS/ ALEMÁN	Segunda lengua extranjera III (francés o alemán)
4	8	PRACTICUM	PRÁCTICAS EXTERNAS	Prácticas I y Prácticas II
4	8	PRACTICUM	TRABAJO	Trabajo fin de grado



CONOCIMIENTOS OPTATIVOS (ELEGIR 6)				
CURSO	SEMESTRE	MÓDULO	MATERIA	ASIGNATURA (TODAS DE 6 ECTS)
4	7	DISTRIBUCIÓN TURÍSTICA Y GESTIÓN DE ALOJAMIENTOS	GESTIÓN DE EMPRESAS	Gestión de empresas hoteleras
4	7	DISTRIBUCIÓN TURÍSTICA Y GESTIÓN DE ALOJAMIENTOS	GESTIÓN DE EMPRESAS	Contabilidad de costes para empresas turísticas
4	7	DISTRIBUCIÓN TURÍSTICA Y GESTIÓN DE ALOJAMIENTOS	GESTIÓN DE EMPRESAS	Derecho de los consumidores
4	7	DISTRIBUCIÓN TURÍSTICA Y GESTIÓN DE ALOJAMIENTOS	GESTIÓN DE EMPRESAS	Informática para la gestión empresarial
4	7	DISTRIBUCIÓN TURÍSTICA Y GESTIÓN DE ALOJAMIENTOS	DESTINOS	Organización, gestión y protocolo de eventos y congresos
4	7	RECURSOS, PRODUCTOS Y DESTINOS TURÍSTICOS	DESTINOS	Investigación de mercados
4	7	RECURSOS, PRODUCTOS Y DESTINOS TURÍSTICOS	DESTINOS	Turismo en entornos rurales y naturales
4	7	RECURSOS, PRODUCTOS Y DESTINOS TURÍSTICOS	DESTINOS	Sostenibilidad y accesibilidad
4	7	LENGUAS EXTRANJERAS APLICADAS AL TURISMO	INGLÉS	Primera lengua extranjera: inglés aplicado
4	7	LENGUAS EXTRANJERAS APLICADAS AL TURISMO	FRANCÉS/ ALEMÁN	Segunda lengua extranjera I (francés o alemán) Segunda lengua extranjera II (francés o alemán) Segunda lengua extranjera III (francés o alemán) Segunda lengua extranjera IV (francés o alemán)
4	7	DISTRIBUCIÓN TURÍSTICA Y GESTIÓN DE ALOJAMIENTOS	DISTRIBUCIÓN	Dirección y técnica de ventas
4	7	DISTRIBUCIÓN TURÍSTICA Y GESTIÓN DE ALOJAMIENTOS	DISTRIBUCIÓN	Marketing directo y relacional
4	7	DISTRIBUCIÓN TURÍSTICA Y GESTIÓN DE ALOJAMIENTOS	DISTRIBUCIÓN	Logística y comunicación comercial



## Grado en Turismo

Memoria formalizada reducida de la Universidad de Valladolid para la verificación de las titulaciones oficiales  
Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias

4	7	DISTRIBUCIÓN TURÍSTICA Y GESTIÓN DE ALOJAMIENTOS	DISTRIBUCIÓN	Sistemas de información y comunicación
4	7	DISTRIBUCIÓN TURÍSTICA Y GESTIÓN DE ALOJAMIENTOS	DISTRIBUCIÓN	Lenguaje publicitario
4	7	DISTRIBUCIÓN TURÍSTICA Y GESTIÓN DE ALOJAMIENTOS	DISTRIBUCIÓN	Teoría e historia de la publicidad I
4	7	DISTRIBUCIÓN TURÍSTICA Y GESTIÓN DE ALOJAMIENTOS	DISTRIBUCIÓN	Teoría e historia de la publicidad II
4	7	DISTRIBUCIÓN TURÍSTICA Y GESTIÓN DE ALOJAMIENTOS	DISTRIBUCIÓN	Los medios publicitarios: investigación, planificación y gestión
4	7	DISTRIBUCIÓN TURÍSTICA Y GESTIÓN DE ALOJAMIENTOS	DISTRIBUCIÓN	Ideas, métodos y estrategias creativas: el plan o proyecto creativo



**Secuenciación**

La lógica de la distribución de las asignaturas del título de Turismo se establece en virtud de un criterio de carácter progresivo en el que, partiendo de unos conocimientos básicos, se acumulen competencias suficientes para generar un perfil profesional que capacite para la gestión de la empresa turística y para la planificación y comercialización de los destinos turísticos. A lo largo de los dos primeros semestres se busca ofrecer al alumnado aquellos conocimientos que permitan introducirle en el contexto del turismo y de la empresa turística. Los semestres tercero y cuarto buscan, principalmente, profundizar en la realidad de la empresa y su funcionamiento en el ámbito turístico desde diferentes perspectivas. En los semestres quinto y sexto se fijan aquellas asignaturas que dotarán al título de un perfil profesional orientado hacia la consultoría y puesta en valor de los recursos turísticos, con el propósito de transmitir al alumnado aquellos conocimientos, técnicas y competencias necesarias para llevar a cabo en su actividad profesional. El séptimo semestre ofrece un bloque de asignaturas de carácter optativo a fin de que cada alumno pueda definir, de manera más concreta, su perfil profesional. Partiendo de que el aprendizaje y potenciación de un idioma requiere de un proceso continuo, se ha establecido con carácter obligatorio el estudio de dos idiomas a lo largo de toda la carrera; el inglés como idioma de referencia, debe ser cursado por todo el alumnado, mientras que se ofrecen dos idiomas adicionales para que elijan uno como obligatorio; el tercer idioma podrá elegirse con carácter optativo. Finalmente, el alumnado posee el último semestre para la realización de las prácticas externas, la elaboración de un trabajo de fin de grado y la realización de aquellas actividades que le permita cumplimentar el reconocimiento de créditos.

c Organización temporal.

CURSO 1

	SEMESTRE 1	ECTS		SEMESTRE 2	ECTS
FB	Historia del turismo	6	FB	Economía aplicada al turismo	6
FB	Principios jurídicos básicos del turismo	6	FB	Estadística aplicada al turismo	6
FB	Sociología del turismo	6	FB	Administración de empresas y gestión de personal	6
FB	Geografía turística	6	FB	Fundamentos de contabilidad y análisis de los estados financieros de la empresa turística	6
FB	Recursos culturales turísticos	6	FB	Primera lengua extranjera: Inglés I	6
FB	TOTAL	30	FB	TOTAL	30



## CURSO 2

	SEMESTRE 1	ECTS		SEMESTRE 2	ECTS
OB	Dirección y gestión de operaciones en empresas turísticas	6	OB	Inversión y financiación de empresas turísticas	6
OB	Fundamentos de marketing turístico	6	OB	Contratación en el sector turístico	6
OB	Estructura económica de los mercados turísticos	6	OB	Dirección de empresas turísticas y gestión de la calidad	6
OB	Recursos territoriales turísticos	6	OB	Primera lengua extranjera: Inglés III	6
OB	Primera lengua extranjera: Inglés II	6	OB	Segunda lengua extranjera I (francés o alemán)	6
OB	TOTAL	30	OB	TOTAL	30

## CURSO 3

	SEMESTRE 1	ECTS		SEMESTRE 2	ECTS
OB	Política económica turística	6	OB	Plan de marketing de destinos turísticos	6
OB	Ordenación del espacio turístico	6	OB	Distribución y comercialización de productos turísticos	6
OB	Planificación y gestión del patrimonio cultural	6	OB	Itinerarios turísticos e información turística	6
OB	Primera lengua extranjera: Inglés IV	6	OB	Marketing electrónico	6
OB	Segunda lengua extranjera II (francés o alemán)	6	OB	Segunda lengua extranjera III (francés o alemán)	6
OB	TOTAL	30	OB	TOTAL	30

## CURSO 4

	SEMESTRE 1	ECTS		SEMESTRE 2	ECTS
OP	Optativas a elegir	30	OP	Optativas a elegir	6
			OB	Prácticas I	9
			OB	Prácticas II	9
			OB	Trabajo fin de grado	6
	TOTAL	30		TOTAL	30

**Nota:** FB (formación básica), OB (obligatorias), OP (optativas).

El estudiante podrá obtener el reconocimiento académico de hasta un máximo de 6 créditos ECTS (equivalentes a una asignatura optativa) por:

- Participación en actividades universitarias culturales, deportivas, de representación estudiantil, solidarias y de cooperación, como establecen el RD 1393/2007 y la Ley Orgánica 6/2001.