



COMPETENCIAS

Máster universitario en Gestión y Dirección de Empresas e Instituciones Turísticas (GDEIT)

COMPETENCIAS BÁSICAS

En términos amplios, el Máster en GDEIT se dirige a profundizar en las competencias adquiridas por el alumno/a durante sus estudios de grado precedentes:

CB6. 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

CB7. Que los 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

CB8. Que los 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

CB9. Que 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

CB10. Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

COMPETENCIAS TRANSVERSALES

CT1. Comunicarse oralmente y por escrito de manera eficaz

CT2. Trabajar en equipo

CT3. Aprender de forma autónoma

CT4. Utilizar con solvencia los recursos de la información

CT5. Aplicar a la práctica los conocimientos adquiridos

CT6. Aplicar criterios éticos y de sostenibilidad en la toma de decisiones.

CT7. Diseñar y emprender proyectos innovadores.



COMPETENCIAS GENERALES COMUNES

El Plan de Estudios del Máster en GDEIT permitirá a los/las alumnos/as:

CG1. Saber aplicar los conocimientos adquiridos y poseer capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos, dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con la empresa y el sector turísticos.

CG3. Saber extraer conclusiones de todo aquello que han aprendido a lo largo del programa formativo, así como ser conscientes de los conocimientos y razones últimas que sustentan a las mismas. Igualmente, deberán saber comunicarlas, tanto a públicos especializados, como a no especializados, cada uno en su nivel y siempre de un modo claro y sin ambigüedades.

CG4. Adquirir habilidades mediante el proceso de enseñanza-aprendizaje que les permitan continuar formándose y aprendiendo en su especialidad, tanto por los contactos establecidos con profesores y profesionales del Máster, como de un modo autónomo.

CG10. Desarrollar la capacidad para utilizar dicho instrumental y el método científico aprendidos para liderar en todas sus fases un proyecto de investigación con rigor académico y científico, desde su concepción inicial hasta la comunicación final de los resultados del proyecto.

CG11. Obtener un primer resultado original de sus actividades de investigación ligadas al Máster que sea publicable en revistas reconocidas en el sector, tanto desde un punto de vista académico, como profesional. En este sentido, dicha línea de investigación debe ser continuada con la realización de la Tesis Doctoral por parte de este alumnado.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS COMUNES

CE1. Comprender las peculiaridades del sector turístico y su repercusión sobre los métodos de gestión y dirección de las Empresas e Instituciones Turísticas (EIT).

CE2. Identificar los principales rasgos del sector turístico nacional y regional, así como la potencialidad de ambos mercados en el momento presente y las oportunidades de negocio existentes.

CE3. Entender la relevancia de la política de posicionamiento de destinos turísticos, así como ser capaz de definir aquella más adecuada, de acuerdo a las características del destino. Identificar y comprender las características propias de cada producto turístico y su aportación a la generación de riqueza material y conservación del patrimonio natural de los destinos turísticos.

CE4. Profundizar en el conocimiento de las técnicas de gestión y dirección de EIT y los nuevos desarrollos que han ido surgiendo en cada actividad y materia, de cara a la realización de labores de adjunto a la dirección.

CE5. Ser capaces de expresarse de una manera fluida en inglés técnico del sector turístico.

CE6. Ser capaces de comprender y analizar la información relativa a las diversas actividades de gestión de las EIT, de cara a proponer mejoras continuas en cada ejercicio económico. Estar, asimismo, capacitados/as para identificar las variables clave que sustentan la buena marcha de los negocios turísticos, así como las acciones innovadoras presentes en el sector que han permitido a otras empresas la consolidación de nuevas líneas de negocios y/o técnicas de gestión.

CE7. Aprender a utilizar herramientas de cálculo relevantes para la toma de decisiones en las EIT, adaptándolas a las condiciones particulares de cada una de ellas.

CE8. Conocer, comprender y utilizar fluidamente las últimas herramientas de análisis contable para las EIT. Utilizar los nuevos programas informáticos a este respecto y saber seguir actualizándose, individual y colectivamente, conforme surjan nuevos Planes Generales Contables.

CE9. Ser capaces de definir una política de marketing a medio plazo particularizada para las condiciones de las propias EIT, que permita generar ventajas competitivas en las EIT. Identificar, cuantificar y comunicar la relación existente entre el lanzamiento de esta nueva política y la mejora esperada en los resultados



presentes y futuros de la empresa.

CE17. Ser capaces de comunicar proyectos a audiencias especializadas y no tan especializadas de una manera clara y concisa.

CE22. Llevar a cabo el intercambio de conocimientos, desarrollar proyectos conjuntos y colaborar en su difusión con el resto de la comunidad científica, preferiblemente de una manera cooperativa y multidisciplinar.

COMPETENCIAS GENERALES Y ESPECÍFICAS DEL ITINERARIO PROFESIONAL

CG8. Ser conscientes de la interrelación social y económica existente entre su sector de actividad y el resto de los sectores, en especial, del impacto socio-económico y medioambiental asociado a la actividad a la que se dedican o se van a dedicar, así como del conjunto de externalidades positivas y negativas que caracterizan a la misma.

CE10. Tener capacidad para elaborar un plan de captación y fidelización de nuevos clientes basado en las particularidades del sector turístico, de la propia empresa y de la coyuntura del mercado en cada momento. Definir, aplicar y comunicar la estrategia propia de la empresa a este respecto y como se diferencia de la utilizada por la competencia.

CE11. Saber definir e implantar los diferentes procesos de gestión de los recursos humanos (análisis, valoración y planificación de los puestos de trabajo, selección y formación del personal, evaluación del rendimiento y gestión de compensaciones), atendiendo a las singularidades de las EIT, y a la necesaria flexibilidad en un sector con una importante estacionalidad de la demanda.

CE12. Conocer las actividades asociadas a la preparación de grandes eventos en el sector turístico, las implicaciones para el desarrollo local y regional que éstos comportan, junto a las oportunidades que se abren en este campo a la economía y las empresas turísticas locales y regionales.

CE13. Conocer el contexto del negocio online dentro del sector turístico y las posibilidades que para éste plantea la red. Manejar recursos en Internet para la movilización y atracción de su demanda potencial, contratación de productos on-line, y otras técnicas de negocio electrónico.

CE15. Conocer las características y tareas relevantes de todo proceso de dirección y gestión de hoteles y otros alojamientos. Saber comunicar los objetivos de la empresa a corto y medio plazo, así como conocer y dominar las principales tareas y requerimientos asociados a la dirección de alojamientos turísticos.

CE16. Ser conscientes de los efectos socio-económicos y ambientales que comporta la actividad turística, así como de la necesidad de arbitrar estrategias de sostenibilidad en la actividad diaria de los establecimientos y actividades turísticas.

CE23. Conocer las posibilidades del binomio Redes sociales y empresa y las herramientas a su disposición para realizar actividades de analítica que permiten la obtención de datos que midan la consecución de los objetivos empresariales previstos.

COMPETENCIAS GENERALES Y ESPECÍFICAS DEL ITINERARIO DE INVESTIGACIÓN

CG12. Ser capaz de introducirse críticamente en nuevos campos de la ciencia, comprendiendo y adaptándose a los nuevos métodos y realidades que se le presentan en su área de conocimiento.

CG13. Entablar relaciones personales y profesionales con otros miembros de la comunidad científica, fortaleciendo las mismas a lo largo del tiempo y creando redes nacionales y supranacionales que impulsen la investigación de calidad. Realizar asimismo actividades de difusión de los resultados de las investigaciones con otros colegas, con la comunidad científica en general y con la propia sociedad.

CE20. Conocer la metodología y los procedimientos propios de la investigación científica en el ámbito del sector turístico y las EIT. Dominar las herramientas de análisis económico y empresarial propias de la investigación científica y turística en particular.



CE22. Llevar a cabo el intercambio de conocimientos, desarrollar proyectos conjuntos y colaborar en su difusión con el resto de la comunidad científica, preferiblemente de una manera cooperativa y multidisciplinar.

CE19: Conocer los principales resultados de la actual investigación científica en gestión turística, así como los grupos e instituciones más activos en España y la UE.