

III. OTRAS DISPOSICIONES

UNIVERSIDADES

11815 *Resolución de 30 de julio de 2018, de la Universidad Católica San Antonio, por la que se publica la modificación del plan de estudios de Máster en Innovación y Marketing Turístico.*

Obtenida la verificación de la modificación del Plan de Estudios por el Consejo de Universidades, de conformidad con el Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, modificado por el Real Decreto 861/2010, de 2 de julio, previo informe positivo de la Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación (ANECA) de fecha 10 de octubre de 2017, y para cumplir con lo previsto en el artículo 35.4 de la Ley Orgánica 6/2001, de Universidades, este Rectorado resuelve publicar la modificación del plan de estudios conducente a la obtención del Título Oficial de Máster Universitario en Innovación y Marketing Turístico/Master's Degree in Innovation and Tourism Marketing por la Universidad Católica San Antonio, que se recoge en el anexo de esta Resolución.

Murcia, 30 de julio de 2018.–La Rectora, Josefina García Lozano.

ANEXO

Denominación del Título: Máster Universitario en Innovación y Marketing Turístico/ Master's Degree in Innovation and Tourism Marketing por la Universidad Católica San Antonio

Rama de conocimiento a la que se adscribe el título: Ciencias Sociales y Jurídicas

Resumen del Plan de Estudios y distribución de créditos

Tipo de materias	Créditos
Obligatorias (OB)	48
Optativas (OP)	6
Prácticas Externas (PE)	0
Trabajo Fin de Grado (TFG)	6
Total	60

Plan de Estudios por módulos y materias

Módulo I: Escenario Turístico y Relevancia de la Innovación (12 ECTS)

Materias	ECTS	Carácter	Unidad Temporal
El nuevo escenario del turismo global	6	OB	Semestral
La innovación: una realidad en el sector turístico	6	OB	Semestral

Módulo II: Gestión de la Innovación en el Sector Turístico (12 ECTS)

Materias	ECTS	Carácter	Unidad Temporal
La innovación aplicada a los modelos de negocio turístico	3	OB	Semestral
Innovación y creatividad aplicada a la generación de valor	3	OB	Semestral
Innovación en los procesos turísticos.	3	OB	Semestral
Innovación aplicada a la gestión de negocio turístico	3	OB	Semestral

Módulo III: Tecnologías Aplicadas al Sector Turístico (12 ECTS)

Materias	ECTS	Carácter	Unidad Temporal
Tecnologías aplicadas al turismo	6	OB	Semestral
El impulso público al desarrollo de la tecnología en turismo . . .	6	OB	Semestral

Módulo IV: Dirección de Marketing y Branding en Turismo (12 ECTS)

Materias	ECTS	Carácter	Unidad Temporal
Conocimiento y gestión de clientes y mercados	6	OB	Semestral
Innovación y dirección de marketing turístico.	6	OB	Semestral

Módulo V: Desarrollo Práctico (12 ECTS)

Configurado íntegramente por materias optativas. Se detallan en tabla separada más adelante.

Módulo VI: Trabajo Fin de Master (6 ECTS)

Materias	ECTS	Carácter	Unidad Temporal
Trabajo Fin de Master	6	TFM	Semestral

Materias optativas*:

Se ofertan un total de 12 ECTS en materias optativas, de los que el alumno deberá cursar 6 ECTS.

Materias	Créd.	Unidad Temporal
Prácticas externas	6	Semestral
Seminarios teórico-prácticos	6	Semestral