

IMPRESO SOLICITUD PARA VERIFICACIÓN DE TÍTULOS OFICIALES

1. DATOS DE LA UNIVERSIDAD, CENTRO Y TÍTULO QUE PRESENTA LA SOLICITUD

De conformidad con el Real Decreto 822/2021, de 28 de septiembre, por el que se establece la organización de las enseñanzas universitarias y del procedimiento de aseguramiento de su calidad.

UNIVERSIDAD SOLICITANTE		CENTRO	CÓDIGO CENTRO
Universidad Internacional de La Rioja		Facultad Empresa y Comunicación	26003829
NIVEL		DENOMINACIÓN CORTA	
Máster		Innovación en Turismo	
DENOMINACIÓN ESPECÍFICA			
Máster Universitario en Innovación en Turismo por la Universidad Internacional de La Rioja			
NIVEL MECES			
3			
RAMA DE CONOCIMIENTO		ÁMBITO DE CONOCIMIENTO	CONJUNTO
Ciencias Sociales y Jurídicas		Ciencias económicas, administración y dirección de empresas, máquetin, comercio, contabilidad y turismo	No
SOLICITANTE			
NOMBRE Y APELLIDOS		CARGO	
Virginia Montiel Martín		Responsable de programas ANECA	
REPRESENTANTE LEGAL			
NOMBRE Y APELLIDOS		CARGO	
Juan Pablo Guzmán Palomino		Secretario General	
RESPONSABLE DEL TÍTULO			
NOMBRE Y APELLIDOS		CARGO	
Eva Asensio del Arco		Vicedecana de Gestión de la Facultad	
2. DIRECCIÓN A EFECTOS DE NOTIFICACIÓN			
A los efectos de la práctica de la NOTIFICACIÓN de todos los procedimientos relativos a la presente solicitud, las comunicaciones se dirigirán a la dirección que figure en el presente apartado.			
DOMICILIO		CÓDIGO POSTAL	MUNICIPIO
Avenida de la Paz, 137		26006	Logroño
E-MAIL		PROVINCIA	TELÉFONO
virginia.montiel@unir.net		La Rioja	676614276
E-MAIL		PROVINCIA	FAX
virginia.montiel@unir.net		La Rioja	902877037
3. PROTECCIÓN DE DATOS PERSONALES			
De acuerdo con lo previsto en la Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales, se informa que los datos solicitados en este impreso son necesarios para la tramitación de la solicitud y podrán ser objeto de tratamiento automatizado. La responsabilidad del fichero automatizado corresponde al Consejo de Universidades. Los solicitantes, como cedentes de los datos podrán ejercer ante el Consejo de Universidades los derechos de información, acceso, rectificación y cancelación a los que se refiere el Título III de la citada Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre.			
El solicitante declara conocer los términos de la convocatoria y se compromete a cumplir los requisitos de la misma, consintiendo expresamente la notificación por medios telemáticos a los efectos de lo dispuesto en el artículo 43 de la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas.			
		En: La Rioja, AM 1 de julio de 2024	
		Firma: Representante legal de la Universidad	



1. DESCRIPCIÓN, OBJETIVOS FORMATIVOS Y JUSTIFICACIÓN DEL TÍTULO

1.1-1.3 DENOMINACIÓN, ÁMBITO, MENCIONES/ESPECIALIDADES Y OTROS DATOS BÁSICOS

NIVEL	DENOMINACIÓN ESPECÍFICA	CONJUNTO	CONVENIO	CONV. ADJUNTO
Máster	Máster Universitario en Innovación en Turismo por la Universidad Internacional de La Rioja	No		Ver Apartado 1: Anexo 1.
RAMA				
Ciencias Sociales y Jurídicas				
ÁMBITO				
Ciencias económicas, administración y dirección de empresas, márketing, comercio, contabilidad y turismo				
AGENCIA EVALUADORA				
Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación				
LISTADO DE ESPECIALIDADES				
No existen datos				
MENCIÓN DUAL				
No				

1.4-1.9 UNIVERSIDADES, CENTROS, MODALIDADES, CRÉDITOS, IDIOMAS Y PLAZAS

UNIVERSIDAD SOLICITANTE		
Universidad Internacional de La Rioja		
LISTADO DE UNIVERSIDADES		
CÓDIGO	UNIVERSIDAD	
077	Universidad Internacional de La Rioja	
LISTADO DE UNIVERSIDADES EXTRANJERAS		
CÓDIGO	UNIVERSIDAD	
No existen datos		
CRÉDITOS TOTALES	CRÉDITOS DE COMPLEMENTOS FORMATIVOS	CRÉDITOS EN PRÁCTICAS EXTERNAS
60	0	9
CRÉDITOS OPTATIVOS	CRÉDITOS OBLIGATORIOS	CRÉDITOS TRABAJO FIN GRADO/MÁSTER
0	42	9

1.4-1.9 Universidad Internacional de La Rioja

1.4-1.9.1 CENTROS EN LOS QUE SE IMPARTE

LISTADO DE CENTROS			
CÓDIGO	CENTRO	CENTRO RESPONSABLE	CENTRO ACREDITADO INSTITUCIONALMENTE
26003829	Facultad Empresa y Comunicación	Si	Si

1.4-1.9.2 Facultad Empresa y Comunicación

1.4-1.9.2.1 Datos asociados al centro

MODALIDADES DE ENSEÑANZA EN LAS QUE SE IMPARTE EL TÍTULO		
PRESENCIAL	SEMIPRESENCIAL/HÍBRIDA	A DISTANCIA/VIRTUAL
No	No	Si
PLAZAS POR MODALIDAD		
		150
NÚMERO TOTAL DE PLAZAS	NÚMERO DE PLAZAS DE NUEVO INGRESO PARA PRIMER CURSO	
150	150	
IDIOMAS EN LOS QUE SE IMPARTE		



CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	

1.10 JUSTIFICACIÓN

JUSTIFICACIÓN DEL INTERÉS DEL TÍTULO Y CONTEXTUALIZACIÓN

Ver Apartado 1: Anexo 6.

1.11-1.13 OBJETIVOS FORMATIVOS, ESTRUCTURAS CURRICULARES ESPECÍFICAS Y DE INNOVACIÓN DOCENTE

OBJETIVOS FORMATIVOS

El máster tiene una **orientación profesional**, y su principal **objetivo** formativo es dotar a los futuros y actuales profesionales del turismo de una cultura innovadora plasmada en nuevas estrategias y herramientas para la gestión de negocios turísticos, que, sin abandonar la necesaria rentabilidad, satisfagan las necesidades de un nuevo consumidor e impacten de forma positiva en su entorno.

ESTRUCTURAS CURRICULARES ESPECÍFICAS Y ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS DE INNOVACIÓN DOCENTE

1.14 PERFILES FUNDAMENTALES DE EGRESO Y PROFESIONES REGULADAS

PERFILES DE EGRESO

https://static.unir.net/calidad/1.14_MU_IeT.pdf

HABILITA PARA EL EJERCICIO DE PROFESIONES REGULADAS

No

NO ES CONDICIÓN DE ACCESO PARA TÍTULO PROFESIONAL

2. RESULTADOS DEL PROCESO DE FORMACIÓN Y DE APRENDIZAJE

RESULTADOS DEL PROCESO DE FORMACIÓN Y DE APRENDIZAJE

RE13 - Diseñar modelos de negocio turísticos accesibles mediante la implementación de tecnologías adaptativas (aplicaciones móviles, realidad aumentada, etc.) TIPO: Competencias

RE8 - Contrastar los sistemas de distribución turísticos tradicionales con sus versiones actuales comparando el uso de sus interfaces gráficos con criterios como la Usabilidad (UX). TIPO: Competencias

RE15 - Analizar las ventajas e inconvenientes del uso de herramientas avanzadas de comunicación y fidelización (tipo email marketing, bots, etc.) en el ámbito de la innovación en turismo para seleccionar aquellas que permitan establecer relaciones duraderas y bidireccionales con los clientes. TIPO: Competencias

RE17 - Elaborar un trabajo original, presentarlo y defenderlo, consistente en un proyecto en el ámbito de la Innovación en Turismo en el que se integren los conocimientos adquiridos. TIPO: Competencias

RE16 - Habilidad para integrar los conocimientos avanzados adquiridos y formular juicios razonados en entornos reales mediante la reflexión sobre las alternativas disponibles y los consecuentes planes de acción para el diseño de innovaciones en el sector turístico. TIPO: Habilidades o destrezas

RE2 - Contrastar el rol de operadores e intermediarios en la configuración de la oferta turística actual, con base a su aporte de valor a los nuevos perfiles de consumidores. TIPO: Competencias

RE3 - Planificar una estrategia basada en la omnicanalidad para la venta de un producto o servicio turístico basada en los diferentes canales en los que encontrar al consumidor turístico. TIPO: Competencias

RE7 - Analizar, de manera razonada, las ventajas e inconvenientes de los nuevos modelos de empresa turística basados en la denominada Economía Colaborativa frente a sus diferencias con los modelos de negocios turísticos tradicionales. TIPO: Competencias

RG4 - Diseñar una oferta turística diversificada y complementaria que pueda mejorar al producto turístico tradicional en términos de competitividad y rentabilidad. TIPO: Competencias

RG5 - Incorporar la personalización como un requisito en los servicios ofrecidos al cliente de la empresa turística, a través de estrategias que permitan adaptar la experiencia a las necesidades individuales de cada consumidor. TIPO: Competencias



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. TIPO: Habilidades o destrezas
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. TIPO: Conocimientos o contenidos
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. TIPO: Habilidades o destrezas
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. TIPO: Competencias
RG1 - Analizar de manera crítica la oferta turística existente para, con base en las características del mercado turístico, proponer productos y servicios turísticos que puedan satisfacer las necesidades actuales. TIPO: Competencias
RG3 - Comprender las diferentes formas de innovación que se pueden dar en el sector turístico para ser capaz de aplicarlas en los procesos de transformación de la industria turística. TIPO: Competencias
RG6 - Diseñar y planificar estrategias de turismo accesible y sostenible, analizando exhaustivamente los factores que garanticen la accesibilidad universal y la sostenibilidad a largo plazo. TIPO: Competencias
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. TIPO: Habilidades o destrezas
RE1 - Evaluar las características y necesidades del nuevo consumidor turístico (nuevos patrones de consumo, consumidor emocional, etc.) para satisfacerlas a través de la gestión de productos, servicios y procesos innovadores. TIPO: Competencias
RG2 - Incorporar las nuevas tecnologías digitales en la planificación y desarrollo de negocios turísticos para mejorar la eficiencia operativa y alinear estrategias comerciales con las dinámicas cambiantes del mercado. TIPO: Competencias
RT1 - Aplicar las nuevas tecnologías como herramientas para el intercambio comunicacional en el desarrollo de procesos de indagación y de aprendizaje. TIPO: Habilidades o destrezas
RT2 - Desarrollar habilidades de comunicación, para redactar informes y documentos, o realizar eficaces presentaciones de los mismos. TIPO: Habilidades o destrezas
RE10 - Planificar y desarrollar estrategias innovadoras de marketing turístico. (tipo Customer Journey Map) que permitan determinar los contenidos diferenciadores para el consumidor en un servicio o producto turístico. TIPO: Competencias
RE14 - Evaluar el uso de herramientas tecnológicas para la obtención y análisis de datos empleadas en el sector turístico en relación con sus posibilidades en la predicción de comportamientos, expectativas y necesidades futuras de los consumidores. TIPO: Competencias
RE4 - Diseñar estrategias efectivas de gestión de la innovación en organizaciones turísticas, fomentando una cultura organizacional que priorice la innovación, a través del análisis de tendencias del mercado e identificación de oportunidades innovadoras. TIPO: Competencias
RE11 - Habilidad para tomar decisiones de negocio motivadas según los datos recabados de fuentes turísticas solventes (Sistema de Inteligencia Turística, tarjetas inteligentes turísticas, etc.). TIPO: Habilidades o destrezas
RE12 - Diseñar planes turísticos comprometidos con un turismo sostenible, abordando estrategias que equilibren las necesidades económicas, sociales y ambientales, asegurando la viabilidad a largo plazo del sector turístico y la preservación de recursos. TIPO: Competencias

3. ADMISIÓN, RECONOCIMIENTO Y MOVILIDAD

3.1 REQUISITOS DE ACCESO Y PROCEDIMIENTOS DE ADMISIÓN

3.1.Requisitos de acceso y procedimientos de admisión de estudiantes

El órgano encargado de la gestión del proceso de admisión es el Departamento de Admisiones en su vertiente Nacional e Internacional.

La admisión definitiva en el título es competencia de la Comisión de Admisiones del mismo, que está compuesta por, al menos:

- Responsable del título (que puede delegar en un profesor del título).
- Responsable de Acceso y Verificaciones.

De acuerdo con el artículo 18 del Real Decreto 822/2021, de 28 de septiembre, por el que se establece la organización de las enseñanzas universitarias y del procedimiento de aseguramiento de su calidad, para el acceso a las enseñanzas oficiales de máster se requerirá:

1. La posesión de un título universitario oficial de Graduada o Graduado español o equivalente es condición para acceder a un Máster Universitario, o en su caso disponer de otro título de Máster Universitario, o títulos del mismo nivel que el título español de Grado o Máster expedidos por universidades e instituciones de educación superior de un país del EEES que en dicho país permita el acceso a los estudios de Máster.



2. De igual modo, podrán acceder a un Máster Universitario del sistema universitario español personas en posesión de títulos procedentes de sistemas educativos que no formen parte del EEES, que equivalgan al título de Grado, sin necesidad de homologación del título, pero sí de comprobación por parte de la universidad del nivel de formación que implican, siempre y cuando en el país donde se haya expedido dicho título permita acceder a estudios de nivel de postgrado universitario. En ningún caso el acceso por esta vía implicará la homologación del título previo del que disponía la persona interesada ni su reconocimiento a otros efectos que el de realizar los estudios de Máster.

Requisitos de acceso específicos de este título

ACCESO DIRECTO SIN COMPLEMENTOS DE FORMACIÓN

Además de ello, y de forma más concreta, se requiere que los estudiantes que accedan al máster cumplan alguno de los siguientes requisitos:

1. Estén en posesión de alguno de los títulos considerados como afines al título propuesto, es decir, sean **títulos universitarios en Turismo, Empresas y Actividades Turísticas, Ciencias Culinarias, Dirección y Administración de Empresas, Finanzas y Contabilidad, Dirección Hotelera, Gestión Hotelera, Marketing, Comunicación, Publicidad y Relaciones Públicas, Protocolo y Organización de Eventos** o titulaciones que, puedan ser consideradas equivalentes por la comisión de admisiones; en estos casos el estudiante deberá entregar información que demuestre que se han cursado y superado las materias que permiten adquirir un perfil competencial similar al de las titulaciones mencionadas. La Comisión de Admisiones determinará si el título aportado cumple este requisito.
2. Cumpliendo los requisitos de acceso que indica la legislación, acrediten experiencia profesional demostrable, con **no menos de dos años de experiencia con dedicación completa, o tiempo equivalente en el caso de dedicación parcial, realizando tareas relacionadas con el ámbito del título:**
 - Dirección, gestión técnica de servicios turísticos; dirección de marketing o responsabilidad sobre personal que ofrezcan o participen en la elaboración de servicios o productos turísticos.
 - Diseño y desarrollo de planes de marketing o comunicación en el ámbito turístico relacionados con el uso de herramientas de innovación turística.
 - Planificación y desarrollo de actividades relacionadas con el uso de herramientas tecnológicas de análisis de datos aplicadas a la innovación en turismo: captación de clientes, identificación de áreas de mejora, etc.

Se solicitará certificado de empresa/institución que acredite la experiencia profesional descrita.

ACCESO CON COMPLEMENTOS DE FORMACIÓN

Adicionalmente, junto con las personas procedentes de titulaciones de áreas afines al título o que cuenten con experiencia profesional afín al título, según los requisitos previamente indicados, se podrá acceder al Máster cursando complementos de formación.

Así, con el objetivo de nivelar la formación de los estudiantes del máster, a aquellos que no puedan acreditar poseer los necesarios conocimientos previos para un normal seguimiento del plan de estudios, por ejemplo, aquellos candidatos que provengan de titulaciones universitarias relacionadas con el ámbito tecnológico como la **Ingeniería, Física o Matemáticas**, o denominaciones equivalentes para estudiantes extranjeros, y aquellos que provengan de titulaciones universitarias relacionadas con el ámbito cultural como **Geografía e Historia, Historia del Arte, Gestión Cultural o Humanidades**, o denominaciones equivalentes para estudiantes extranjeros, se les ofertarán los siguientes complementos de formación que se describen con detalle en el presente apartado (resultados de aprendizaje, contenidos, actividades formativas y sistemas de evaluación):

1. Complemento de formación 1: Fundamentos de Administración de Empresas (6 ECTS).
2. Complemento de formación 2: Fundamentos de Marketing (6 ECTS).

En función de la titulación presentada para el acceso, las personas interesadas que no cumplan los requisitos para el acceso directo al máster deberán completar varios de los complementos de formación indicados (según los conocimientos que no puedan acreditar que poseen):

- Titulaciones universitarias en **Física o Matemáticas** cursarían los complementos de formación 1 y 2.
- Titulaciones universitarias en **Ingeniería** cursarían el complemento de formación 2.
- Titulaciones universitarias en **Geografía e Historia, Historia del Arte, Gestión Cultural o Humanidades** cursarían los complementos de formación 1 y 2.
- **Otros títulos universitarios no contemplados previamente:** en este caso, cursarían los complementos de formación 1 y 2.

Datos de los Complementos formativos

Complemento de Formación 1: Fundamentos de Administración de Empresas
Créditos ECTS: 6
RESULTADOS DE APRENDIZAJE
Al finalizar este complemento, el estudiante deberá ser capaz de: <ul style="list-style-type: none">• Analizar el entorno y la realidad empresarial.• Comprender la forma de gestionar una empresa u organización.• Comprender las funciones que debe desempeñar un directivo eficaz.• Comprender la complejidad del contexto empresarial como condicionante de la función directiva.
CONTENIDOS
Este complemento de formación está encaminado a que el estudiante adquiera una visión de conjunto de lo que es una empresa, así como de las principales funciones que en ella se desarrollan dentro del contexto empresarial: <ul style="list-style-type: none">• Conceptos básicos de la dirección de empresas y contexto organizativo: objetivos de la empresa, organización de la actividad económica.• Formas de desarrollo y estructura organizativa: tipos de empresas, competencia en la administración de empresas.• Comprensión del papel que juegan los precios en el mercado y cálculo del beneficio a partir de los ingresos y de los costes.



ACTIVIDADES FORMATIVAS	HORAS	% INTERACCIÓN VIRTUAL SÍNCRONA
Sesiones presenciales virtuales	4	100 %
Recursos didácticos audiovisuales	10	0
Estudio del material básico	43	0
Lectura del material complementario	39	0
Trabajos, casos prácticos	32	0
Test de evaluación	6	0
Tutorías	16	0
Total	150 horas	-
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍN.	PONDERACIÓN MÁX.
Participación del estudiante	0 %	20 %
Trabajos, proyectos y/o casos	50 %	70 %
Test de evaluación	10 %	30 %

Complemento de Formación 2: Fundamentos de Marketing

Créditos ECTS: 6

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Al finalizar este complemento, el estudiante deberá ser capaz de:

- Conocer la forma de gestionar el marketing en una empresa u Organización.
- Comprender el papel del marketing en distintos mercados.
- Identificar las variables internas y externas que influyen en el comportamiento del consumidor.
- Realizar un análisis de oportunidades y amenazas.
- Diseñar y evaluar estrategias de segmentación y posicionamiento.
- Plantear objetivos de marketing.
- Realizar un plan de marketing.

CONTENIDOS

Este complemento de formación está encaminado a proporcionar una visión general de la gestión del marketing en la empresa, haciendo al estudiante consciente del papel fundamental que para la empresa tiene una adecuada orientación al mercado, las decisiones de marketing de relaciones, las estrategias de producto-mercado y posicionamiento, la necesidad de analizar el entorno y la comprensión de las distintas variables que influyen en el comportamiento del consumidor. En concreto, se tratarán los siguientes aspectos:

- Fundamentos del marketing: naturaleza y alcance del concepto de marketing, el sistema de información del marketing y la investigación comercial.
- Dirección de marketing: la dirección comercial en la empresa.
- Segmentación y posicionamiento: el entorno de la actuación comercial, el comportamiento del consumidor.
- Plan de marketing

ACTIVIDADES FORMATIVAS	HORAS	% INTERACCIÓN VIRTUAL SÍNCRONA
Sesiones presenciales virtuales	4	100 %
Recursos didácticos audiovisuales	10	0
Estudio del material básico	43	0
Lectura del material complementario	39	0
Trabajos, casos prácticos	32	0
Test de evaluación	6	0
Tutorías	16	0
Total	150 horas	-
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍN.	PONDERACIÓN MÁX.
Participación del estudiante	0 %	20 %
Trabajos, proyectos y/o casos	50 %	70 %
Test de evaluación	10 %	30 %

Satisfechos los requisitos específicos de acceso previamente mencionados y, solo en el caso de que el número de solicitudes de plaza que cumplen con los requisitos recogidos en las vías de acceso exceda al número de plazas ofertadas, en la resolución de las solicitudes de admisión se tendrá en cuenta los siguientes criterios de valoración:

- Nota media del expediente en la titulación que otorga el acceso al máster (100 %). En caso de empate en puntuaciones, se elegirá al que tenga mayor número de matrículas de honor y, en su caso, sobresalientes y así sucesivamente.



Reglamento de acceso y admisión a estudios oficiales de la Universidad Internacional de La Rioja:

Se aporta el enlace que consta en la página web de la Universidad:

https://static.unir.net/documentos/reglamento_acceso_admision_e_o_unir.pdf

(La limitación de 10000 palabras incluida en el aplicativo del Ministerio no nos permite aportar el texto completo, por ello se aporta el enlace de descarga).

3.2 CRITERIOS PARA EL RECONOCIMIENTO Y TRANSFERENCIAS DE CRÉDITOS

Reconocimiento de Créditos Cursados en Enseñanzas Superiores Oficiales no Universitarias

MÍNIMO	MÁXIMO
0	0

Adjuntar Convenio

Reconocimiento de Créditos Cursados en Títulos Propios

MÍNIMO	MÁXIMO
0	9

Adjuntar Título Propio

Ver Apartado 3: Anexo 2.

Reconocimiento de Créditos Cursados por Acreditación de Experiencia Laboral y Profesional

MÍNIMO	MÁXIMO
0	9

DESCRIPCIÓN

Reconocimiento de Créditos Cursados en Títulos Propios

De acuerdo con lo establecido en el art. 10.5 del Real Decreto 822/2021, podrán ser objeto de reconocimiento los créditos cursados en enseñanzas universitarias conducentes a la obtención de títulos propios o de formación permanente. No obstante, se fijan, de acuerdo con la Normativa de UNIR de reconocimiento y transferencia de créditos, los siguientes límites y criterios para poder proceder a este reconocimiento:

- El máximo de créditos que podrá ser objeto de reconocimiento, tanto por experiencia profesional o laboral previa, como por haber superado estas enseñanzas universitarias no oficiales, no podrá ser superior, en su conjunto, a 9 créditos, correspondientes, según el artículo 10.5 del RD 822/2021, al 15 % del total de créditos que constituyen el plan de estudios.
- El reconocimiento no incorporará calificación numérica ni computará a efectos de baremación de expediente.
- Solo se admitirán aquellos estudios propios o de formación permanente en los que se garantice una adecuada evaluación del proceso formativo. A tal fin, en ningún caso, la simple asistencia podrá ser medio suficiente para acreditar la adquisición de competencia alguna. Tampoco serán aceptadas las acreditaciones o certificaciones expedidas por Departamentos o unidades universitarias que no tengan claras competencias en materia de títulos no oficiales.
- De no estar específicamente delimitado el perfil competencial del estudio universitario no oficial de origen, solo será posible el reconocimiento en caso de que exista una inequívoca equivalencia entre los conocimientos y competencias adquiridas con alguna o algunas materias concretas del título de destino.

Reconocimiento de Créditos Cursados por Acreditación de Experiencia Laboral y Profesional

1) Parte del plan de estudios afectada por el reconocimiento.

El Real Decreto 822/2021 fija el límite máximo de reconocimiento a partir de experiencia profesional y laboral en el 15 % del total de créditos que constituyen el plan de estudios. En el caso de un máster de 60 ECTS, esto equivale a 9 ECTS.

Con base en lo anterior y teniendo en cuenta que la experiencia laboral y profesional aportada por el estudiante debe proporcionar los mismos resultados del proceso de formación y de aprendizaje que se adquieren con las asignaturas reconocidas, podrán ser objeto de reconocimiento por experiencia profesional y laboral, entre otras, las siguientes:

- Prácticas Académicas Externas (9 ECTS).

El Departamento de Reconocimiento y Transferencia de Créditos revisará la documentación aportada en cada caso, para verificar que se cumplen los requisitos descritos en el apartado anterior. Asimismo, teniendo en cuenta la diversidad de experiencias profesionales que los estudiantes pueden aportar, se podrán realizar otros reconocimientos



siempre que, siguiendo las directrices del Real Decreto 822/2021, dicha experiencia se muestre estrechamente relacionada con los conocimientos, competencias y habilidades propias del título universitario oficial.

2) Definición del tipo de experiencia profesional y laboral que podrá ser reconocida y 3) Justificación de dicho reconocimiento en términos de resultados del proceso de formación y de aprendizaje ya que el perfil de egresados ha de ser el mismo.

La experiencia profesional y laboral acreditada podrá ser reconocida en forma de créditos que computarán a efectos de la obtención de un título oficial, siempre que dicha experiencia esté relacionada con los resultados del proceso de formación y de aprendizaje inherentes a dicho título.

La documentación aportada incluirá, en su caso, contrato laboral con alta en la Seguridad Social acreditado mediante certificado de vida laboral; credencial de prácticas de inserción profesional; certificados de formación de personal; memoria de actividades desempeñadas y/o cualquier otro documento que permita comprobar o poner de manifiesto la experiencia alegada y su relación con los resultados del proceso de formación y de aprendizaje inherentes al título.

El tipo de experiencia que se precisará para el reconocimiento de las asignaturas mencionadas será el que se describe en la siguiente tabla:

Materia	Asignatura (nº ECTS)	Resultados de aprendizaje Específicos	Justificación
Prácticas Académicas Externas	Prácticas Académicas Externas (9 ECTS)	RE16	<p><u>Tipo de entidad:</u> Empresas del sector turístico como, por ejemplo: departamentos de marketing-comercial en empresas turísticas; compañías aéreas, empresas de transporte marítimo o terrestre; entidades de promoción turística; cadenas hoteleras, hoteles independientes, y cualquier otro tipo de alojamiento; agencias de viajes mayoristas, minoristas, tour operadores; empresas de ocio u otra oferta complementaria. <u>Duración:</u> periodo mínimo de 540 horas. <u>Tareas desempeñadas</u> La actividad desarrollada en la empresa debe justificar experiencia en alguna de las siguientes tareas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo de procesos de innovación aplicados al sector turístico: diseño o planificación de nuevos modelos de negocio turístico. • Diseño y desarrollo de la planificación estratégica de marketing de la empresa o entidad turística. • Uso de herramientas tecnológicas de análisis de datos aplicadas a la innovación en turismo (captación de clientes, a la identificación de áreas de mejora, etc.).

Normativa de reconocimiento y transferencia de créditos de la Universidad Internacional de la Rioja:

Se aporta el enlace que consta en la página web de la Universidad:

<https://static.unir.net/documentos/normativa-RTC.pdf>

(La limitación de 10000 palabras incluida en el aplicativo del Ministerio no nos permite aportar el texto completo, por ello se aporta el enlace de descarga).

3.3 MOVILIDAD DE LOS ESTUDIANTES PROPIOS Y DE ACOGIDA

Información indicada en el Anexo I de la memoria.



4. PLANIFICACIÓN DE LAS ENSEÑANZAS

4.1 ESTRUCTURA BÁSICA DE LAS ENSEÑANZAS		
DESCRIPCIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS		
Ver Apartado 4: Anexo 1.		
4.1 SIN NIVEL 1		
NIVEL 2: Sector Turismo		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	18	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Cuatrimestral		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
18		
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
NIVEL 3: Gestión de la Innovación para la Nueva Demanda Turística		
4.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
6		
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
NIVEL 3: Innovación en la Oferta Turística		
4.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
6		
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
NIVEL 3: Turismo Sostenible y Turismo Accesible		
4.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
6		
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6



ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
RE13 - Diseñar modelos de negocio turísticos accesibles mediante la implementación de tecnologías adaptativas (aplicaciones móviles, realidad aumentada, etc.) TIPO: Competencias		
RE2 - Contrastar el rol de operadores e intermediarios en la configuración de la oferta turística actual, con base a su aporte de valor a los nuevos perfiles de consumidores. TIPO: Competencias		
RE3 - Planificar una estrategia basada en la omnicanalidad para la venta de un producto o servicio turístico basada en los diferentes canales en los que encontrar al consumidor turístico. TIPO: Competencias		
RE7 - Analizar, de manera razonada, las ventajas e inconvenientes de los nuevos modelos de empresa turística basados en la denominada Economía Colaborativa frente a sus diferencias con los modelos de negocios turísticos tradicionales. TIPO: Competencias		
RG4 - Diseñar una oferta turística diversificada y complementaria que pueda mejorar al producto turístico tradicional en términos de competitividad y rentabilidad. TIPO: Competencias		
RG5 - Incorporar la personalización como un requisito en los servicios ofrecidos al cliente de la empresa turística, a través de estrategias que permitan adaptar la experiencia a las necesidades individuales de cada consumidor. TIPO: Competencias		
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. TIPO: Habilidades o destrezas		
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. TIPO: Conocimientos o contenidos		
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. TIPO: Habilidades o destrezas		
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. TIPO: Competencias		
RG1 - Analizar de manera crítica la oferta turística existente para, con base en las características del mercado turístico, proponer productos y servicios turísticos que puedan satisfacer las necesidades actuales. TIPO: Competencias		
RG3 - Comprender las diferentes formas de innovación que se pueden dar en el sector turístico para ser capaz de aplicarlas en los procesos de transformación de la industria turística. TIPO: Competencias		
RG6 - Diseñar y planificar estrategias de turismo accesible y sostenible, analizando exhaustivamente los factores que garantizan la accesibilidad universal y la sostenibilidad a largo plazo. TIPO: Competencias		
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. TIPO: Habilidades o destrezas		
RE1 - Evaluar las características y necesidades del nuevo consumidor turístico (nuevos patrones de consumo, consumidor emocional, etc.) para satisfacerlas a través de la gestión de productos, servicios y procesos innovadores. TIPO: Competencias		
RG2 - Incorporar las nuevas tecnologías digitales en la planificación y desarrollo de negocios turísticos para mejorar la eficiencia operativa y alinear estrategias comerciales con las dinámicas cambiantes del mercado. TIPO: Competencias		
RT1 - Aplicar las nuevas tecnologías como herramientas para el intercambio comunicacional en el desarrollo de procesos de indagación y de aprendizaje. TIPO: Habilidades o destrezas		
RT2 - Desarrollar habilidades de comunicación, para redactar informes y documentos, o realizar eficaces presentaciones de los mismos. TIPO: Habilidades o destrezas		
RE4 - Diseñar estrategias efectivas de gestión de la innovación en organizaciones turísticas, fomentando una cultura organizacional que priorice la innovación, a través del análisis de tendencias del mercado e identificación de oportunidades innovadoras. TIPO: Competencias		
RE12 - Diseñar planes turísticos comprometidos con un turismo sostenible, abordando estrategias que equilibren las necesidades económicas, sociales y ambientales, asegurando la viabilidad a largo plazo del sector turístico y la preservación de recursos. TIPO: Competencias		
NIVEL 2: Tecnología en Turismo		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		



CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	12	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Cuatrimestral		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
6	6	
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
NIVEL 3: Innovación Tecnológica Aplicada al Turismo		
4.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
6		
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
NIVEL 3: Sistemas de Información y Análisis de Datos en Turismo		
4.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
	6	
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
RE8 - Contrastar los sistemas de distribución turística tradicionales con sus versiones actuales comparando el uso de sus interfaces gráficas con criterios como la Usabilidad (UX). TIPO: Competencias		
RG4 - Diseñar una oferta turística diversificada y complementaria que pueda mejorar al producto turístico tradicional en términos de competitividad y rentabilidad. TIPO: Competencias		
RG5 - Incorporar la personalización como un requisito en los servicios ofrecidos al cliente de la empresa turística, a través de estrategias que permitan adaptar la experiencia a las necesidades individuales de cada consumidor. TIPO: Competencias		
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. TIPO: Habilidades o destrezas		
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. TIPO: Conocimientos o contenidos		
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. TIPO: Habilidades o destrezas		
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. TIPO: Competencias		



RG1 - Analizar de manera crítica la oferta turística existente para, con base en las características del mercado turístico, proponer productos y servicios turísticos que puedan satisfacer las necesidades actuales. TIPO: Competencias		
RG3 - Comprender las diferentes formas de innovación que se pueden dar en el sector turístico para ser capaz de aplicarlas en los procesos de transformación de la industria turística. TIPO: Competencias		
RG6 - Diseñar y planificar estrategias de turismo accesible y sostenible, analizando exhaustivamente los factores que garanticen la accesibilidad universal y la sostenibilidad a largo plazo. TIPO: Competencias		
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. TIPO: Habilidades o destrezas		
RG2 - Incorporar las nuevas tecnologías digitales en la planificación y desarrollo de negocios turísticos para mejorar la eficiencia operativa y alinear estrategias comerciales con las dinámicas cambiantes del mercado. TIPO: Competencias		
RT1 - Aplicar las nuevas tecnologías como herramientas para el intercambio comunicacional en el desarrollo de procesos de indagación y de aprendizaje. TIPO: Habilidades o destrezas		
RT2 - Desarrollar habilidades de comunicación, para redactar informes y documentos, o realizar eficaces presentaciones de los mismos. TIPO: Habilidades o destrezas		
RE14 - Evaluar el uso de herramientas tecnológicas para la obtención y análisis de datos empleadas en el sector turístico en relación con sus posibilidades en la predicción de comportamientos, expectativas y necesidades futuras de los consumidores. TIPO: Competencias		
RE11 - Habilidad para tomar decisiones de negocio motivadas según los datos recabados de fuentes turísticas solventes (Sistema de Inteligencia Turística, tarjetas inteligentes turísticas, etc.). TIPO: Habilidades o destrezas		
NIVEL 2: Marketing en Turismo		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	12	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Cuatrimestral		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
6	6	
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
NIVEL 3: Nuevas Tendencias en Marketing Turístico		
4.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
6		
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
NIVEL 3: Estrategias y Herramientas en Marketing Relacional		
4.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
	6	



ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
RE15 - Analizar las ventajas e inconvenientes del uso de herramientas avanzadas de comunicación y fidelización (tipo email marketing, bots, etc.) en el ámbito de la innovación en turismo para seleccionar aquellas que permitan establecer relaciones duraderas y bidireccionales con los clientes. TIPO: Competencias		
RE3 - Planificar una estrategia basada en la omnicanalidad para la venta de un producto o servicio turístico basada en los diferentes canales en los que encontrar al consumidor turístico. TIPO: Competencias		
RG4 - Diseñar una oferta turística diversificada y complementaria que pueda mejorar al producto turístico tradicional en términos de competitividad y rentabilidad. TIPO: Competencias		
RG5 - Incorporar la personalización como un requisito en los servicios ofrecidos al cliente de la empresa turística, a través de estrategias que permitan adaptar la experiencia a las necesidades individuales de cada consumidor. TIPO: Competencias		
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. TIPO: Habilidades o destrezas		
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. TIPO: Conocimientos o contenidos		
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. TIPO: Habilidades o destrezas		
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. TIPO: Competencias		
RG1 - Analizar de manera crítica la oferta turística existente para, con base en las características del mercado turístico, proponer productos y servicios turísticos que puedan satisfacer las necesidades actuales. TIPO: Competencias		
RG3 - Comprender las diferentes formas de innovación que se pueden dar en el sector turístico para ser capaz de aplicarlas en los procesos de transformación de la industria turística. TIPO: Competencias		
RG6 - Diseñar y planificar estrategias de turismo accesible y sostenible, analizando exhaustivamente los factores que garanticen la accesibilidad universal y la sostenibilidad a largo plazo. TIPO: Competencias		
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. TIPO: Habilidades o destrezas		
RG2 - Incorporar las nuevas tecnologías digitales en la planificación y desarrollo de negocios turísticos para mejorar la eficiencia operativa y alinear estrategias comerciales con las dinámicas cambiantes del mercado. TIPO: Competencias		
RT1 - Aplicar las nuevas tecnologías como herramientas para el intercambio comunicacional en el desarrollo de procesos de indagación y de aprendizaje. TIPO: Habilidades o destrezas		
RT2 - Desarrollar habilidades de comunicación, para redactar informes y documentos, o realizar eficaces presentaciones de los mismos. TIPO: Habilidades o destrezas		
RE10 - Planificar y desarrollar estrategias innovadoras de marketing turístico. (tipo Customer Journey Map) que permitan determinar los contenidos diferenciadores para el consumidor en un servicio o producto turístico. TIPO: Competencias		
NIVEL 2: Prácticas Académicas Externas		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Prácticas Externas	
ECTS NIVEL 2	9	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Cuatrimestral		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
	9	
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9



ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
NIVEL 3: Prácticas Académicas Externas		
4.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Prácticas Externas	9	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
	9	
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
RE16 - Habilidad para integrar los conocimientos avanzados adquiridos y formular juicios razonados en entornos reales mediante la reflexión sobre las alternativas disponibles y los consecuentes planes de acción para el diseño de innovaciones en el sector turístico. TIPO: Habilidades o destrezas		
RG4 - Diseñar una oferta turística diversificada y complementaria que pueda mejorar al producto turístico tradicional en términos de competitividad y rentabilidad. TIPO: Competencias		
RG5 - Incorporar la personalización como un requisito en los servicios ofrecidos al cliente de la empresa turística, a través de estrategias que permitan adaptar la experiencia a las necesidades individuales de cada consumidor. TIPO: Competencias		
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. TIPO: Habilidades o destrezas		
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. TIPO: Conocimientos o contenidos		
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. TIPO: Habilidades o destrezas		
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. TIPO: Competencias		
RG1 - Analizar de manera crítica la oferta turística existente para, con base en las características del mercado turístico, proponer productos y servicios turísticos que puedan satisfacer las necesidades actuales. TIPO: Competencias		
RG3 - Comprender las diferentes formas de innovación que se pueden dar en el sector turístico para ser capaz de aplicarlas en los procesos de transformación de la industria turística. TIPO: Competencias		
RG6 - Diseñar y planificar estrategias de turismo accesible y sostenible, analizando exhaustivamente los factores que garantizan la accesibilidad universal y la sostenibilidad a largo plazo. TIPO: Competencias		
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. TIPO: Habilidades o destrezas		
RG2 - Incorporar las nuevas tecnologías digitales en la planificación y desarrollo de negocios turísticos para mejorar la eficiencia operativa y alinear estrategias comerciales con las dinámicas cambiantes del mercado. TIPO: Competencias		
RT1 - Aplicar las nuevas tecnologías como herramientas para el intercambio comunicacional en el desarrollo de procesos de indagación y de aprendizaje. TIPO: Habilidades o destrezas		
RT2 - Desarrollar habilidades de comunicación, para redactar informes y documentos, o realizar eficaces presentaciones de los mismos. TIPO: Habilidades o destrezas		
NIVEL 2: Trabajo Fin de Máster		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Trabajo Fin de Grado / Máster	
ECTS NIVEL 2	9	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Cuatrimestral		



ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
	9	
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
NIVEL 3: Trabajo Fin de Máster		
4.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Trabajo Fin de Grado / Máster	9	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
	9	
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
RE17 - Elaborar un trabajo original, presentarlo y defenderlo, consistente en un proyecto en el ámbito de la Innovación en Turismo en el que se integren los conocimientos adquiridos. TIPO: Competencias		
RG4 - Diseñar una oferta turística diversificada y complementaria que pueda mejorar al producto turístico tradicional en términos de competitividad y rentabilidad. TIPO: Competencias		
RG5 - Incorporar la personalización como un requisito en los servicios ofrecidos al cliente de la empresa turística, a través de estrategias que permitan adaptar la experiencia a las necesidades individuales de cada consumidor. TIPO: Competencias		
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. TIPO: Habilidades o destrezas		
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. TIPO: Conocimientos o contenidos		
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. TIPO: Habilidades o destrezas		
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. TIPO: Competencias		
RG1 - Analizar de manera crítica la oferta turística existente para, con base en las características del mercado turístico, proponer productos y servicios turísticos que puedan satisfacer las necesidades actuales. TIPO: Competencias		
RG3 - Comprender las diferentes formas de innovación que se pueden dar en el sector turístico para ser capaz de aplicarlas en los procesos de transformación de la industria turística. TIPO: Competencias		
RG6 - Diseñar y planificar estrategias de turismo accesible y sostenible, analizando exhaustivamente los factores que garantizan la accesibilidad universal y la sostenibilidad a largo plazo. TIPO: Competencias		
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. TIPO: Habilidades o destrezas		
RG2 - Incorporar las nuevas tecnologías digitales en la planificación y desarrollo de negocios turísticos para mejorar la eficiencia operativa y alinear estrategias comerciales con las dinámicas cambiantes del mercado. TIPO: Competencias		
RT1 - Aplicar las nuevas tecnologías como herramientas para el intercambio comunicacional en el desarrollo de procesos de indagación y de aprendizaje. TIPO: Habilidades o destrezas		
RT2 - Desarrollar habilidades de comunicación, para redactar informes y documentos, o realizar eficaces presentaciones de los mismos. TIPO: Habilidades o destrezas		
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 2		



5. PERSONAL ACADÉMICO Y DE APOYO A LA DOCENCIA

PERSONAL ACADÉMICO
Ver Apartado 5: Anexo 1.
OTROS RECURSOS HUMANOS
Ver Apartado 5: Anexo 2.

6. RECURSOS MATERIALES E INFRAESTRUCTURALES, PRÁCTICAS Y SERVICIOS

Justificación de que los medios materiales disponibles son adecuados: Ver Apartado 6: Anexo 1.

7. CALENDARIO DE IMPLANTACIÓN

7.1 CRONOGRAMA DE IMPLANTACIÓN	
CURSO DE INICIO	2023
Ver Apartado 7: Anexo 1.	
7.2 PROCEDIMIENTO DE ADAPTACIÓN	
No aplicable.	
7.3 ENSEÑANZAS QUE SE EXTINGUEN	
CÓDIGO	ESTUDIO - CENTRO

8. SISTEMA INTERNO DE GARANTÍA DE LA CALIDAD Y ANEXOS

8.1 SISTEMA INTERNO DE GARANTÍA DE LA CALIDAD	
ENLACE	http://www.unir.net/universidad-online/manual-calidad-procedimientos/
8.2 INFORMACIÓN PÚBLICA	

8.2. Medios de información pública relevante

8.2.1. Canales de difusión de la información y su gestión

Para informar tanto al estudiantado, previamente a su matriculación y durante el proceso de formación y aprendizaje, como al profesorado, a los empleadores y a la sociedad en su conjunto se dispone de la **página web oficial de la Universidad Internacional de La Rioja** donde se aporta la información sobre las características del título (resultados de aprendizaje, temporalización del plan de estudios que incluye asignaturas, actividades formativas y sistemas de evaluación), sistemas de acceso y admisión, idioma de impartición, etc.

La Universidad dispone de sistemas para el **control periódico de la información** disponible en la página web. Por ello, se verifica periódicamente que la información disponible en la página web del título es suficientemente completa, adecuada y relevante para el estudiantado. El coordinador académico del título hace constar en el informe anual de la Unidad de Calidad de Titulación (UCT) esta revisión periódica.

Información pública relevante del plan de estudios

UNIR pone a disposición del estudiantado, el profesorado, los empleadores y la sociedad en su conjunto toda la información actualizada del plan de estudios a través de las guías docentes disponibles en la página web de la Universidad. Así, a través de la guía docente de cada una de las asignaturas que forman el plan de estudios, se puede acceder a la siguiente información:

- **Presentación:** describe el objetivo de la asignatura y cómo su contenido es relevante para el desarrollo del plan de estudios.
- **Competencias:** se enumeran y describen las competencias y/o resultados de aprendizaje desarrollados en el título.
- **Contenidos:** se detalla por temas el contenido desarrollado en la asignatura.
- **Metodología:** se describen las actividades formativas de la asignatura especificando las horas de dedicación indicadas en la memoria para cada actividad formativa, así como su presencialidad. Además, se incluye la distribución temporal prevista para la asignatura.
- **Bibliografía:** se detalla la bibliografía básica, considerada imprescindible para el estudio de la asignatura, así como, en su caso, la bibliografía complementaria, para ayudar a profundizar más en los temas de mayor interés.
- **Evaluación y calificación:** se detallan los sistemas de evaluación y sus porcentajes de evaluación, así como los requisitos específicos, en su caso, para aprobar la asignatura.
- **Profesorado:** se presentan los datos básicos del profesor encargado de impartir la asignatura.
- **Orientaciones para el estudio:** se dan orientaciones al estudiante de cómo organizar el estudio de la asignatura, así como diferentes consejos para un adecuado seguimiento de la asignatura.

8.2.2. Sistemas de información previa: información transparente y accesible

Con carácter general, por parte de UNIR se pondrá a disposición de los potenciales estudiantes toda la información necesaria para que puedan realizar la elección de su titulación con los mayores elementos de juicio posibles. **Se garantiza una información transparente y accesible sobre los requisitos de acceso específicos para el título y los procedimientos de admisión, descritos en la presente memoria**, estando disponibles a través de la página web de la Universidad para todos los grupos de interés del título.

En las condiciones de matrícula, disponibles en el apartado normativa de la página web de la universidad, se alude a los requisitos tecnológicos e informáticos precisos para seguir el curso adecuadamente, dichas condiciones son conocidas y firmadas por el estudiante al matricularse de sus estudios.

En relación a las competencias y conocimientos digitales para seguir la actividad docente programada:



Las competencias digitales que los estudiantes de UNIR precisarán tener para el manejo del campus y correcto desarrollo en la plataforma, serán conocimientos a nivel de usuario de distintos programas (esencialmente del paquete Office), así como nociones básicas sobre navegación por internet.

El estudiante que se matricula en UNIR además cuenta con un período de adecuación a la metodología virtual con apoyo del personal no docente de asistencia.

Por último, desde UNIR se ofrecerá a todos los estudiantes los programas adicionales necesarios que sean específicos para cada titulación que podrán descargar fácilmente desde su campus virtual o a través de cualquier otro enlace accesible o usarse desde las máquinas virtuales habilitadas para tal fin.

8.2.3. Procedimientos de orientación para la admisión y matriculación de estudiantes de nuevo ingreso

UNIR cuenta con una oficina de Atención al Estudiante que centraliza y contesta todas las solicitudes de información (llamadas y correos electrónicos) y un Servicio Técnico de Orientación (*contact center*) que gestiona y soluciona todas las preguntas y posibles dudas de los futuros estudiantes referidas a:

- Descripción de la metodología de UNIR. Para ello, los estudiantes tendrán acceso a una demo donde se explica paso por paso.
- Niveles de dificultad y horas de estudio estimadas para poder llevar a cabo un itinerario formativo ajustado a las posibilidades reales del estudiante para poder planificar adecuadamente su matrícula.
- Descripción de los estudios.
- Convalidaciones de las antiguas titulaciones.
- Preguntas sobre el Espacio Europeo de Educación Superior.

Finalmente, el personal de gestión y administración (PGA) a través del Servicio de Admisiones proporcionará al estudiante todo el apoyo administrativo necesario para realizar de manera óptima todo el proceso de admisión y matriculación por medio de atención telefónica o por correo electrónico, con información guiada en la web para la realización de la matrícula *online*.

8.3 ANEXOS

Ver Apartado 8: Anexo 1.

PERSONAS ASOCIADAS A LA SOLICITUD

RESPONSABLE DEL TÍTULO			
CARGO	NOMBRE	PRIMER APELLIDO	SEGUNDO APELLIDO
Vicedecana de Gestión de la Facultad	Eva	Asensio	del Arco
DOMICILIO	CÓDIGO POSTAL	PROVINCIA	MUNICIPIO
Avenida de la Paz, 137	26006	La Rioja	Logroño
EMAIL	FAX		
virginia.montiel@unir.net	902877037		
REPRESENTANTE LEGAL			
CARGO	NOMBRE	PRIMER APELLIDO	SEGUNDO APELLIDO
Secretario General	Juan Pablo	Guzmán	Palomino
DOMICILIO	CÓDIGO POSTAL	PROVINCIA	MUNICIPIO
Avenida de la Paz, 137	26006	La Rioja	Logroño
EMAIL	FAX		
virginia.montiel@unir.net	902877037		
El Rector de la Universidad no es el Representante Legal			
Ver Personas asociadas a la solicitud: Anexo 1.			
SOLICITANTE			
El responsable del título no es el solicitante			
CARGO	NOMBRE	PRIMER APELLIDO	SEGUNDO APELLIDO
Responsable de programas ANECA	Virginia	Montiel	Martín
DOMICILIO	CÓDIGO POSTAL	PROVINCIA	MUNICIPIO
Avenida de la Paz, 137	26006	La Rioja	Logroño
EMAIL	FAX		



virginia.montiel@unir.net

902877037

INFORME DEL SIGC

Informe del SIGC: Ver Apartado del SIGC: Anexo 1.



Apartado 1: Anexo 6

Nombre :1.10_completo_alegaciones_MU_IeT.pdf

HASH SHA1 :2C73AFF5E441D963F9C8E16D24C0802D454EB164

Código CSV :789723456121284418248286

Ver Fichero: 1.10_completo_alegaciones_MU_IeT.pdf



Apartado 4: Anexo 1

Nombre :4.1.pdf

HASH SHA1 :C97B95F332AEC4FB107C602549CEE3731D0FA91D

Código CSV :789723544248206394653236

Ver Fichero: 4.1.pdf



Apartado 5: Anexo 1

Nombre :5.1.pdf

HASH SHA1 :7F948B80274D39316B604128ACF7820F590EA52E

Código CSV :757633409183030336024344

Ver Fichero: 5.1.pdf



Apartado 5: Anexo 2

Nombre :5.2.pdf

HASH SHA1 :306004EF266C17AC27E736005A18610AC9095EEA

Código CSV :757204421113219890319144

Ver Fichero: 5.2.pdf



Apartado 6: Anexo 1

Nombre :6.pdf

HASH SHA1 :A1EC18D6EA54B10D10D8FB7D20AE3D60D5D53659

Código CSV :757725937863581638500814

Ver Fichero: 6.pdf



Apartado 7: Anexo 1

Nombre :7.pdf

HASH SHA1 :8EE2BF2917A8D4CD5F4640107E12DA7CB50E7294

Código CSV :757205195830781074615517

Ver Fichero: 7.pdf



Apartado 8: Anexo 1

Nombre :8.3_Anexo_MU_IeT.pdf

HASH SHA1 :C1D150B930B776D3009F4093B07A398FF8CF4403

Código CSV :789723614252167635026989

Ver Fichero: 8.3_Anexo_MU_IeT.pdf



Apartado Personas asociadas a la solicitud: Anexo 1

Nombre :Delegacion_Representante_Legal_PABLO_GUZMAN_18052016.pdf

HASH SHA1 :A364F2EA1485914775AC1CB20F9A6D417DB5F2A7

Código CSV :571943758072348444125957

Ver Fichero: Delegacion_Representante_Legal_PABLO_GUZMAN_18052016.pdf



Apartado Informe del SIGC: Anexo 1

Nombre :Informe_SGIC_20240419_MU_InnoTurismo_firmado_sfe.pdf

HASH SHA1 :484319384EA8AB7994A40A95081A616BFC073881

Código CSV :757211515447386322267198

Ver Fichero: Informe_SGIC_20240419_MU_InnoTurismo_firmado_sfe.pdf



