Curso 2023/2024

Breve reseña de las líneas de TFG disponibles para **Turismo** (65034010)

0002 ANÁLISIS MICROECONÓMICO DEL SECTOR TURÍSTICO

En este trabajo fin de grado, se aborda la problemática de las externalidades en el sector turístico. Formalmente, una externalidad es "aquella situación en la que los costes o beneficios de producción y/o consumo de algún bien o servicio no son reflejados en el precio de mercado de los mismos". En otras palabras, son externalidades aquellas actividades que mejoran o empeoran a otros, sin que éstos paguen por ellas o sean compensados."

Es bien conocido que el sector turístico crea muchas externalidades que empeoran el bienestar de terceros. Por ejemplo: los aviones causan ruido que molesta a los residentes en la cercanía de los aeropuertos y emiten gases que contribuyen al cambio climático: Las playas llenas disminuyen el grado de satisfacción que el visitante obtiene de sus vacaciones y la pérdida de la flora y fauna afecta negativamente a la biodiversidad. Pero también hay efectos positivos como la recuperación del patrimonio cultural.

Las externalidades en el sector turístico pueden ser analizadas desde muchos ángulos distintos. En ese sentido, se proponen para este año tres subtemas de los cuales se debe elegir uno. El mismo tema puede ser elegido por varios alumnos. El primero de los temas propuestos se orienta al ámbito del turismo sostenible. En el segundo se propone un análisis teórico de las externalidades centrándose básicamente en el entorno turístico y, finalmente en el tercero, se pide la realización de un análisis descriptivo del sector turístico español circunscrito a una CCAA determinada.

Equipo Docente: Mª Teresa Garín Muñoz, José Luis Fernández Serrano

0003 EL CONTRATO DE VIAJE COMBINADO

En el marco de la contratación Turística, el Departamento de Derecho Mercantil ofrece como línea de investigación "El contrato de viaje combinado". Se trata de un contrato regulado en normativa especial, que ha sido objeto de diversas modificaciones legislativas, y que ofrece una perspectiva de investigación muy enriquecedora para el alumno del Grado de Turismo: de una parte, porque es un contrato frecuentemente utilizado en el sector turístico, al que accederá de forma profesional el egresado en el Grado de Turismo; y de otra parte, por tratarse de un contrato con un contenido variado y complejo que permite al alumno desarrollar una actividad investigadora amplia y completa. El TFG, que debe elaborarse por el alumno desde una perspectiva jurídica, ofrece también al alumno la posibilidad de aportar contenidos extraídos de la práctica profesional de las Agencias de Viajes (clausulados), que serán analizados, lo que sin duda contribuirá a enriquecer la calidad del TFG.

Equipo Docente: Eva M. Domínguez Pérez

0004 DERECHO ADMINISTRATIVO Y LEGISLACIÓN DEL TURISMO: CREAR UNA EMPRESA DE TURISMO DE EXPERIENCIAS

Consiste en que el alumno se familiarice con la legislación turística que es de aplicación para la creación del establecimiento objeto del trabajo. Deberá analizarla, valorarla, estudiarla y explicarla a tenor de los conocimientos adquiridos a través de la lectura de los materiales indicados en la bibliografía o de cualesquiera otros que se consideren necesarios por el alumno para la creación de dicha empresa o establecimiento turístico que puede ser de cualquier tipo, siempre que se vincule al denominado "turismo de experiencias".

Equipo docente: María del Carmen Fernández Rodríguez

0005 MÉTODOS CUANTITATIVOS PARA EL TURISMO

Una vez puesta de manifiesto la importancia de la Econometría en el estudio de la Economía del Turismo, el estudiante debe ser capaz de identificar los contenidos econométricos de algún artículo sobre temas turísticos, con lo que estaría en disposición de ensayar la redacción de un artículo similar, lo que constituirá básicamente el objetivo de este Trabajo Fin de Grado.

Nota importante: para poder hacer esta línea de trabajo el alumno deberá haber cursado la asignatura de Técnicas de Predicción Turística del Grado en Turismo

Equipo docente: Mariano Matilla García / Pedro Antonio Pérez Pascual / Basilio Sanz Carnero

0006 ESTADÍSTICA APLICADA AL TURISMO

Esta línea de Trabajo Fin de Grado de Turismo tiene como finalidad la demostración por parte del alumno de que en el Grado ha adquirido, con un nivel suficiente, los conocimientos necesarios que le permiten analizar estadísticas relativas al sector turístico, realizando un análisis descriptivo, sistematizando la información y aplicando técnicas estadísticas a los datos relativos al turismo de una ciudad, región o país, a fin de extraer conclusiones en relación a su evolución y situación actual. En todo caso, se recomienda enviar una propuesta al Equipo Docente para obtener el visto bueno ante de comenzar el trabajo.

Equipo docente: Alberto Muñoz Cabanes / Iñigo Tejera Martin

0007 ANÁLISIS DE COSTES Y DE GESTIÓN EN LA EMPRESA TURÍSTICA

La Contabilidad de Costes proporciona información sobre el movimiento interno de valores ocasionado por la actividad productiva de la empresa, y trata de ofrecer a los gestores información relevante y oportuna sobre el coste de los productos y rentabilidades de los mismos. Es un sistema de información especialmente útil para los directivos en el proceso de toma de decisiones. En este curso el alumno realizará un estudio del coste de una empresa relacionada con el sector turístico (hotel, agencia de viajes, restaurante, línea de transportes de viajeros, casa rural, etc.), partiendo de los datos de la Contabilidad financiera presentados por él mismo, valorando cómo plantea sus criterios bajo la óptica de un analista de costes. La realización de este trabajo permitirá comprender la utilidad de la Contabilidad de Costes como sistema de información en la empresa para la toma de decisiones relacionadas con el proceso de planificación y control empresarial.
Equipo docente: Laura Parte Esteban / Julián Rebolo Palacios

0008 LA TRANSPARENCIA DE LA INFORMACIÓN EN LAS EMPRESAS DEL SECTOR TURÍSTICO

La importancia que la información empresarial en el sector turístico ha adquirido enorme relevancia en las últimas décadas, lo que hace necesario que ésta deba cumplir ciertos requerimientos que garanticen su veracidad y que permitan evaluar el efecto económico y social de las organizaciones que lo integran. No se trata sólo de que las empresas emitan datos útiles para la toma de decisiones económicas; la sociedad exige también tener acceso a información relativa a otros aspectos sobre su funcionamiento. Por ello, las organizaciones se esfuerzan cada día más por alcanzar esa transparencia de la información. El objetivo de esta línea de trabajo es analizar, desde una perspectiva teórica y práctica, cómo influye en las empresas del sector turístico esa divulgación informativa, tanto en su vertiente financiera como no financiera.

Equipo docente: Paloma del Campo Moreno / Teresa C. Herrador Alcaide / Ana I. Segovia San Juan

0009 PLAN DE EMPRESA DE UN PROYECTO TURÍSTICO

El objetivo de este trabajo es realizar el plan de empresa de un proyecto turístico, con especial atención al plan financiero. En este marco de referencia, el alumno deberá, en primer lugar, diseñar, madurar y contrastar una idea empresarial de actividad turística. En segundo lugar, estimar el mercado, diseñar la organización, hacer una previsión de los resultados, realizar el plan de inversiones, y diseñar la estructura financiera. Para ello contará con los estados financieros de una empresa real similar que proporcionará el tutor. En tercer lugar, deberá contrastar con un análisis de sensibilidad y análisis de escenarios, el proyecto presentado. Por último, deberá extraer unas conclusiones sobre la viabilidad del proyecto turístico.

Equipo docente: Isabel Plaza Hidalgo

0010 LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS APLICADAS AL SECTOR TURÍSTICO

La irrupción de Internet y las Nuevas Tecnologías ha originado una auténtica revolución que nos influye en todos los ámbitos, puesto que altera nuestras formas tradicionales de relación y está afectando a nuestra vida cotidiana, a las formas en que se realizan las transacciones comerciales, a la gestión empresarial en su sentido más amplio e incluso a las Administraciones Públicas, a la vez que potencia el proceso de internacionalización y globalización de la economía. El objetivo central del trabajo consiste en estudiar en qué medida Internet y las Nuevas Tecnologías están influyendo en las empresas del sector turístico y que alteraciones se producen en su estructura y competitividad. Se analiza la dicotomía que se produce entre las empresas tradicionales y las virtuales para buscar las fortalezas y debilidades de cada una y proponer pautas de actuación que permitan corregir los aspectos en los que se detecten carencias o formas de actuación incorrectas y se potencien aquellas otras en las que se tienen ventajas competitivas. También se pretenden buscar las parcelas de complementariedad entre ambos tipos de empresas para aprovechar los efectos sinérgicos de ser a la vez empresa tradicional y virtual.

Equipo docente: Rosana de Pablo Redondo / Mónica Oliver Yébenes

0013 COMUNICACIÓN EN INGLÉS PARA TURISMO: DESTREZAS ORALES

El principal objetivo del Trabajo de Fin de Grado en la línea de "Comunicación en Inglés para Turismo: Destrezas orales" es potenciar y consolidar las destrezas comunicativas en inglés, en situaciones específicas del ámbito turístico. El desarrollo de estas destrezas significa poder desenvolverse en situaciones comunicativas en inglés con un grado mínimo de fluidez y soltura, bien sea como emisor o como receptor del mensaje, ante diferentes culturas y ante diferentes situaciones lingüísticas y sociales.

Equipo docente: Silvia Carmen Barreiro Bilbao / Eva Estebas Vilaplana

0014 DESTREZAS ESCRITAS EN UNA SEGUNDA LENGUA EN LA INDUSTRIA TURÍSTICA

Descriptor de los objetivos de esta línea de Trabajo de Fin de Grado del Grado de Turismo:

1. Proporcionar formación relevante en Lengua Inglesa para el Fin Específico del Turismo, en el contexto español e internacional, con la metodología específica del crédito europeo aplicada a la enseñanza a distancia.

2. Impulsar la adquisición de las destrezas y competencias que permitan una comunicación eficaz en el canal escrito dentro de los contextos profesionales inherentes a esta industria.

3. Facilitar el desarrollo de competencias que permitan a los estudiantes, realizar análisis relevantes del contexto, de sus interlocutores y de sus propios objetivos con el fin de dotar a su expresión de la funcionalidad requerida en cada caso en el uso de la lengua inglesa.

4. Dotar de conocimientos necesarios en cuanto a léxico especializado, construcciones y tipologías textuales que sustenten las actuaciones descritas en el punto tres, con la autonomía y la eficiencia esenciales y siempre teniendo en cuenta el ulterior desarrollo profesional del estudiante.

5. En el plano de la transversalidad, uno de los objetivos de esta línea es que el estudiante pueda aplicar las destrezas comunicativas adquiridas a otras lenguas extranjeras que estudie en el Fin Específico del Turismo, e incluso que el concepto de eficiencia en la comunicación en una lengua extranjera pueda extrapolarse y enriquecer su actuación en su propia lengua en ámbitos profesionales.

Equipo docente: María Elena Bárcena Madera / María Ángeles Escobar Álvarez / María Del Carmen Guarddon Anelo / Elena Martín Monje /Noa Talaván Zanon / José Carlos García Cabrero/ Germán Ruipérez García/ Ana Ibáñez Moreno/ José Javier Ávila Cabrera/María Gloria Chamorro Galán.

0015 LENGUA ITALIANA

Los objetivos respecto a lengua italiana son:

1. Ser capaz de utilizar eficazmente, en la expresión escrita y oral, la lengua italiana, en el ámbito específico del turismo, así como en el contexto del italiano con fines generales.

2. Integrar la formación del sector turístico general en el contexto específico cultural, económico y social italiano.

3. Comprender la evolución histórica y las tendencias recientes del turismo cultural en Italia y sus perspectivas para transmitir una visión dinámica de éste a través de sus medios en el marco del contexto europeo.

4. Profundizar en los principales aspectos económicos, sociológicos, históricos y artísticos del turismo cultural italiano.

Nota importante: para poder hacer esta línea de trabajo el alumno deberá haber cursado las dos asignaturas del plan de estudios de la Diplomatura o del Grado en Turismo correspondientes a Italiano o, en su caso, poder justificar el nivel B1 de Italiano del Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas.

Equipo docente: Salvatore Bartolotta / María Angélica Giordano Paredes / María Gracia Moreno Celeghin

0017 GEOGRAFÍA Y TURISMO

En esta línea de trabajo se plantea la profundización en aspectos geográficos y turísticos para analizar las tipologías y recursos territoriales, culturales y naturales que respaldan las actividades turísticas zonales.

Así mismo se propone el estudio de elementos fundamentales de la Geografía Física, que pueden supeditar y determinar la llegada del turismo, tales como características climáticas generales, orografía…, y su relación con la oferta y demanda de ciertas actividades turísticas, como el turismo de nieve, naturaleza etc.…

El objetivo es estudiar el territorio de forma holística, analizando las características y potencialidades más importantes, como también estudiar las limitaciones territoriales existentes (presión antrópica, problemática medioambiental…), pues la visión de conjunto de los espacios es fundamental para la planificación de las actividades turísticas y para el óptimo desarrollo de las mismas

Equipo docente: Francisco Morales Yago/ David Cocero Matesanz/ Mª Luisa de Lázaro Torres/ Antonio Fernández Fernández/ Julio Fernández Portela/ Julio López-Davalillo Larrea/ Eva Mª Martín Roda/ Mª del Carmen Muguruza Cañas/ Aurelio Nieto Codina/ Carlos Javier Pardo Abad/ Ramón Pellitero Ondicol/ Diego Sánchez González/ Marta Gallardo Beltrán/ María José González Amuchástegui

0018 BIENES DE INTERÉS CULTURAL (BIC). MEDIDAS DE PROTECCIÓN DEL PATRIMONIO HISTÓRICO

Esta línea de trabajo propone el estudio de cualquiera de las varias medidas de protección existentes, vigentes o no en la actualidad, para la conservación de los bienes del Patrimonio Histórico

Se cita expresamente la figura de BIC (Bien de interés cultural) pues esta denominación requiere un proceso administrativo que compendia muchas de las acciones imprescindibles para la salvaguarda de los bienes. Ahora bien, el estudio puede estar centrado tanto en disposiciones legales, quizá lo más árido, como en otras varias perspectivas tales como la necesidad de conocer para valorar lo cual abre el camino al viaje, al análisis de inventarios y catálogos o a indagar en los planteamientos estéticos y el significado de los bienes en nuestro momento histórico. Asimismo, el tener en cuenta el valorar para proteger, permite atender no sólo a normas y disposiciones legales sino también a restauraciones, rehabilitaciones o cambios de función. También, es posible contemplar la protección de los Bienes para difundirlos, en este caso se puede pensar en la gestión, en el rendimiento económico, en el sentido social del Patrimonio Histórico como medidas conservadoras

Equipo docente: Antonio Perla de las Parras

0019 DIRECCION DE RECURSOS HUMANOS EN LA EMPRESA

1. Concepto de sistema de información de los recursos humanos la estructura del sistema de información.

2. Banco de datos de la estructura organizativa de la empresa

3. Banco de datos del activo humano de la empresa

4. integración operativa de gestión

Equipo docente: Gregorio Escalera Izquierdo

0020 PLAN DE EMPRESA

Las razones para elaborar un plan de negocios, básicamente, son tres:

- Servir de guía para iniciar un negocio o proyecto, y para poder gestionarlo: el plan de negocios nos permite planificar, coordinar, organizar y controlar recursos y actividades, y, de ese modo, ser más eficientes en la creación y gestión de nuestro negocio o proyecto, y minimizar el riesgo.

- Conocer la viabilidad y rentabilidad del proyecto: el plan de negocios nos permite conocer la viabilidad y rentabilidad del negocio o proyecto y, de ese modo, saber si vale la pena realizarlo, o si debemos buscar nuevas ideas o proyectos.

- Demostrar lo atractivo del negocio o proyecto a terceras personas: el plan de negocios permite demostrar ante terceros, lo atractivo y lo rentable de nuestra idea o proyecto, y, de ese modo, poder convencerlos de que nos otorguen un préstamo, de que inviertan con nosotros, o de que sean nuestros socios.

Equipo docente: María del Sagrario Romero Cuadrado, Juan Jacobo Núñez Martínez

0021 OBSERVACIÓN Y ANÁLISIS EMPÍRICO DE LA IMAGEN TURÍSTICA VISUAL

El objetivo de esta asignatura es la realización de un trabajo original donde se aplique la observación empírica a la imagen turística visual entendida como práctica social. A través de dicho estudio el estudiante abordará una parte fundamental del turismo que es la imagen turística, y que constituye la piedra angular sobre la que se asienta buena parte de las prácticas que ocupan al turista en su papel de consumidor y productor de dichas imágenes. En este sentido, el trabajo a realizar puede centrarse tanto en la mirada del turista como en el producto turístico objeto de dicha mirada, incluyéndose en dicho proceso relacional la repercusión en la construcción y desarrollo del turismo en general y de la imagen turística en particular.

Equipo docente: Jesús Gutiérrez Brito

0022 ANÁLISIS DE LOS MERCADOS TURÍSTICOS NACIONALES

El objetivo del trabajo es la aplicación de los conocimientos adquiridos en la asignatura Estructura económica de los mercados turísticos mediante el análisis del turismo de un determinado país. En concreto, el alumno deberá analizar la demanda y la oferta turística del país mediante estadísticas oficiales, identificando en su caso la especialización turística del mismo. Asimismo, se examinarán también cuáles son las fortalezas y las debilidades de cada uno de los segmentos del mercado y se comparará con la situación del turismo en España.

Equipo docente: Gloria Trinidad Deocón

0023 TENDENCIAS E IMPACTOS SOCIALES DEL TURISMO CONTEMPORÁNEO

El fenómeno social del turismo es uno de los más innovadores del actual panorama social. Las apetencias del consumidor turista unidas a las necesidades de ocio, están incesantemente siendo alteradas por las continuas transformaciones en el sector del transporte y las nuevas tecnologías. Estos cambios imponen a su vez múltiples modificaciones en el ámbito de la oferta turística y, por ende, en el diseño de los negocios turísticos y en las condiciones de los empleados de este sector tan vital para la economía de muchos países, como es el caso de España.

Estudiar estas tendencias de cambio, la distribución de sus consecuencias positivas y negativas a fin de minimizar unas y potenciar las otras constituye una cuestión de especial relevancia social a la que la sociología aplicada al turismo y al ocio puede y debe contribuir de forma relevante. En esta asignatura se propone a los estudiantes que con las herramientas metodológicas propias de la sociología analicen situaciones reales de cambio en las actividades turísticas, en tanto desde la oferta como desde la demanda, así como que reflexionen sobre la planificación que un buen diseño de negocio turístico conlleva, y el cambio social que ello provoca.

Equipo docente: Jorge Sequera Fernández / Luis Miguel Almagro Gavira

0024 LAS NUEVAS OFERTAS DEL TURISMO: EL TURISMO ACTIVO

En los últimos años se ha producido un aumento muy importante de los viajeros que se desplazan a otro lugar diferente de su residencia, normalmente al aire libre, para realizar actividades que requieren algún tipo de "esfuerzo físico". Esta tendencia recibe en la actualidad el nombre de "Turismo Activo". El propósito de esta línea de trabajo es analizar esta tendencia desde un punto de vista económico, proponer nuevas ofertas de turismo y su aportación económica al desarrollo en los lugares donde se produce y estudiar más en profundidad este nuevo concepto turístico.

Equipo docente: Ester Méndez Pérez

0025 IMPACTO ECONÓMICO DEL TURISMO DE HECHOS Y EVENTOS SINGULARES

El estudio del impacto económico del turismo ha crecido mucho en los últimos años. La importancia económica que la actividad turística tiene en un país queda recogida en un documento metodológico llamado Cuentas Satélite del Turismo que pretenden medir y cuantificar de una manera más exacta la aportación de la actividad turística en un país tanto desde el punto de vista de la oferta como de la demanda. En este sentido el sector turístico español ha experimentado en los últimos años un gran desarrollo modernizando y ampliando sus ofertas. Entre ellas destaca el llamado turismo de hechos y eventos singulares. Conocer esta oferta turística y caracterizarlo mediante el estudio de los impactos globales que genera esta actividad es el objetivo de este trabajo. Y el estudio del impacto económico se abordará desde una perspectiva global es decir no sólo valorando y midiendo los aspectos positivos que esta actividad genera en una economía sino también tratando de valorar los costes (en materia ambiental, fiscal, etc.). Para ello será necesario conocer las herramientas de medición de estos impactos.

Equipo docente: Juan Luis Martínez Merino

0028 ANÁLISIS Y TENDENCIAS EN EL SECTOR TURÍSTICO

Estudiar la evolución seguida por la oferta y la demanda del sector turístico es el objetivo de este TFG. Se esbozará el panorama turístico existente y la evolución que ha seguido, tanto por cambios en la oferta como por los sufridos por la modificación del comportamiento de los consumidores. Debe realizarse un análisis empírico de variables económicas cuyos datos procederán de fuentes oficiales y del sector. Por lo que hace referencia a la oferta, los trabajos deberán enfocarse a la modificación que ha sufrido la oferta turística tradicional, así como a los nuevos modelos de turismo (como por ejemplo el de aventuras, de singles, gay, etc.). Desde el punto de vista de la demanda se tendrá en cuenta tanto el comportamiento racional de los consumidores como la componente conductual/emocional de sus decisiones, en un sector como el turístico en el que esta cobra tanta importancia. Con la ayuda de conocimientos tanto teóricos como prácticos cursados durante el grado, el alumno hará una exposición del estudio de las variables relacionadas y el resultado de las mismas para exponer unas conclusiones de cara al presente o futuro del sector.

Equipo docente: José Luis Calvo González / Susana Cortés Rodríguez

0029 TURISMO Y MATEMÁTICAS

A partir de un tema relacionado con las actividades turísticas, el estudiante debe identificar los contenidos matemáticos que son necesarios para trabajar en el mismo y exponer de forma clara y detallada los aspectos más relevantes de los métodos matemáticos que sean de aplicación para una buena comprensión y análisis del mismo. Los temas serán previamente validados por el equipo docente.

Equipo docente: María del Carmen García Llamas

0031 ECONOMÍA, TURISMO Y LA UNIÓN EUROPEA

Esta línea de Trabajo Fin de Grado tiene como finalidad la explicación por parte del alumno de la incidencia del turismo en la economía de la Unión Europea. Asimismo, el estudio realizado debe estar enfocado a la investigación de la economía del turismo y sus elementos, las tendencias que le están afectando, la política turística en la UE, así como su relación con las demás políticas de la Unión, entre otros.

Realizar el TFG supondrá: documentar la investigación, establecer la hipótesis y los objetivos, diseñar un proceso de investigación, aplicar las técnicas cualitativas y/o cuantitativas necesarias, así como presentar una serie de conclusiones.

Por último, antes de comenzar el trabajo, se recomienda al estudiante remitir una propuesta al Equipo Docente con el fin de obtener el visto bueno.

Equipo docente: Marcín Román Czubala

0032 LENGUA FRANCESA APLICADA AL TURISMO

En esta línea de investigación se pretende que los estudiantes reflexionen sobre el papel, el uso, la presencia o la función de la lengua, la cultura y la civilización francesas (o francófonas) dentro del ámbito del turismo. Para ello, los estudiantes desarrollarán su TFG desde un punto de vista lingüístico, sociolingüístico, pragmalingüístico, traductológico o comunicativo sobre determinadas áreas, actividades profesionales o textos propios del ámbito turístico. El objeto de estudio del TFG puede abarcar de forma general determinadas áreas del sector turístico (hostelería, restauración, gastronomía, viajes, museos, rutas turísticas, patrimonio cultural, patrimonio natural, etc.), o bien puede abordar de forma específica determinadas actividades turísticas profesionales (agente de viajes o de eventos culturales, guía profesional, asesor de servicios turísticos, recepcionista de hotel, servicio de atención al cliente, camarero, etc.), o bien aún puede centrarse en determinados tipos de textos del ámbito turístico (folletos, menús de restaurantes, guías o revistas de viajes, guías de museos, documentales, anuncios o spots publicitarios en distintos soportes, etc.).
En definitiva, se pretende que el estudiante desarrolle una labor de investigación, reflexión y análisis sobre algún aspecto de la lengua, la cultura y la civilización francesas/francófonas dentro del ámbito turístico propio del Grado en Turismo. Al menos una parte de la redacción del TFG se deberá realizar en francés (por ejemplo, la Introducción o las Conclusiones).

Equipo Docente: Ángela Magdalena Romera Pintor/ Mª del Mar Jiménez-Cervantes Arnao

0033 PLANIFICACIÓN E INVESTIGACIÓN COMERCIAL EN EL SECTOR TURÍSTICO

El objetivo del TFG en esta línea consistirá en desarrollar un plan comercial relativo a la totalidad o a una parte del negocio de una empresa del sector turístico, o bien plantear y resolver una investigación aplicada a un caso del sector turístico que podría ser: un problema comercial no resuelto, el análisis de un mercado, el reposicionamiento de una marca o un desarrollo teórico-conceptual inédito en el marketing turístico.

De entre estos dos objetivos, el estudiante deberá seguir las orientaciones específicas que le indicará el miembro del equipo docente que tutorice su TFG.

Equipo docente: María Dolores Reina Paz / Gema Juberías Cáceres / Jesús M. Plaza Llorente / Claudia Sevilla Sevilla