

MÀSTER'S DEGREE IN MANAGEMENT OF TOURISM DESTINATIONS

MÁSTER EN GESTIÓN DE DESTINOS TURÍSTICOS
MÀSTER EN GESTIÓ DE DESTINACIONS TURÍSTIQUES

FACULTAT DE TURISME I GEOGRAFIA

CAMPUS VILA-SECA



UNIVERSITAT
ROVIRA I VIRGILI

www.ftg.urv.cat

OBJECTIUS I COMPETÈNCIES

► L'objectiu principal d'aquest màster és formar professionals i investigadors amb coneixements avançats en la gestió estratègica i el màrqueting de destinacions i territoris turístics. El programa pretén fomentar la capacitat d'innovació i lideratge per al desenvolupament competitiu i sostenible de l'activitat turística a partir del reconeixement de la seva complexitat i transcendència econòmica, social i cultural. El programa d'estudis del màster universitari en Gestió de Destinacions Turístiques, doncs, inclou el coneixement conceptual, analític i crític sobre la gestió, planificació i governança de les destinacions, i la promoció i comunicació respecte a les grans tendències que defineixen l'evolució present i futura de l'oci i de la mobilitat, en l'àmbit productiu - empresarial i com a fenomen social. En aquest sentit, els objectius específics principals del màster són:

- Identificar, analitzar i interpretar tendències i dinàmiques dels mercats turístics.
- Desplegar tècniques avançades per analitzar l'activitat turística i els resultats de la gestió.
- Dissenyar i aplicar sistemes avançats de planificació i gestió mediambiental, econòmica i social en entorns turístics.

El màster s'articula en un bloc d'assignatures obligatòries virtuals (1r quadrimestre) i dues especialitzacions (Gestió i Governança de Destinacions i Màrqueting i Construcció de Marca de Destinacions) presencials (2n quadrimestre), la primera en anglès i la segona en castellà. El pla d'estudis inclou un projecte de finalització de màster i optativament unes pràctiques externes que es poden dur a terme a distància.

OBJETIVOS Y COMPETENCIAS

► El objetivo principal de este máster de 60 créditos ECTS es formar profesionales e investigadores con conocimientos avanzados en gestión estratégica y marketing de destinos y territorios turísticos. El programa pretende, sobre todo, desarrollar la capacidad de innovación y liderazgo en el desarrollo competitivo y sostenible de la actividad turística, a partir del reconocimiento de su complejidad y su transcendencia económica, social y cultural. Con este propósito, el programa de estudios del máster universitario en Gestión de Destinos Turísticos abarca el conocimiento conceptual, analítico y crítico sobre la gestión, planificación y gobernanza de los destinos, y su promoción y comunicación frente a las grandes tendencias que definen la evolución presente y futura del ocio y de la movilidad, tanto en el ámbito productivo-empresarial como en su calidad de fenómeno social. En este sentido, los principales objetivos específicos del máster de Gestión de Destinos Turísticos son:

- Identificar, analizar e interpretar las tendencias y dinámicas de los mercados turísticos.
- Emplear técnicas avanzadas de análisis de la actividad turística y de los resultados de la gestión.
- Diseñar y aplicar sistemas avanzados de planificación y gestión medioambiental, económica y social en entornos turísticos.

El máster se articula en un bloque de asignaturas obligatorias, ofertadas en modalidad virtual (1er. cuatrimestre), y dos especializaciones (Gestión y Gobernanza de Destinos y Marketing y Branding de Destinos), ofertadas en modalidad presencial en el 2.º cuatrimestre, la primera en inglés y la segunda en español. El plan de estudios incluye un proyecto de fin de máster y, optativamente, unas prácticas externas que se pueden desarrollar a distancia.

AIMS AND COMPETENCIES

- The main aim of this 60 ECTS credits Master is to provide advanced education in the strategic management and marketing of destinations and tourist areas. The program specifically aims at fostering the skills, innovation and leadership required for the competitive and sustainable development of tourism in recognition of its economic, social and cultural complexity and importance. The curriculum of the Master's Degree in the Management of Tourism Destinations thus covers conceptual, analytical and critical knowledge regarding the management, planning and governance of destinations. It also provides students with capacities needed for the successful promotion of destinations so that they can stay abreast of the latest trends in the field of leisure and mobility. Students also acquire a comprehensive understanding of the productive and entrepreneurial dimension of tourist destinations and the role they play as social phenomena. In this regard, the main specific aims of the Masters in Management of Tourism Destinations are to:

- identify, analyse and interpret trends and dynamics in tourism markets
- apply advanced techniques to the analysis of tourism activities and their impacts.
- design and implement advanced systems for environmental, economic and social planning and management in tourism areas.

The Masters is structured round a block of compulsory subjects offered on-line (1st term) and two specializations ('Destination Management and Governance' and 'Destination Marketing and Branding') taught the classroom during the second semester, the first in English and the second in Spanish. The course concludes with the Master's Dissertation subject and includes optional Internships that students can carry out in their place of origin with online tutoring.



ASSIGNATURES OBLIGATÒRIES (31 ECTS)

Principis de Planificació i Gestió de Destinacions • Destinacions: Espais i Llocs • Sectors i Sistemes Turístics • Principis de Màrqueting Turístic • Innovació i Creativitat en Turisme • Anàlisi Econòmica de Mercats Turístics • Mètodes Quantitatius en l'Anàlisi Turística • Mètodes Qualitatius en l'Anàlisi Turística • Mètodes Cartogràfics i Geo-analítics en Turisme.

ASSIGNATURES OPTATIVES (17 ECTS)

Especialització 'Gestió i Governança de Destinacions' (majoritàriament en anglès): Governança, Actors i Participació Comunitària en les Destinacions • Disseny d'Experiències • Gestió de Sistemes de Destinacions i Organitzacions • Impactes Econòmics del Turisme • Gestió de la Cadena de Valor • Pràctiques Externes.

Especialització 'Màrqueting i Branding de Destinacions' (majoritàriament en castellà): Comportament i Pràctiques dels Turistes • Gestió de Màrqueting • Comunicació estratègica de marques i territoris • E-Tourism: Estratègies i Eines • Disseny d'Experiències • Pràctiques Externes.

TREBALL DE FI DE MÀSTER (12 ECTS)

ASIGNATURAS OBLIGATORIAS (31 ECTS)

Principios de Planificación y Gestión de Destinos • Destinos: Espacios y Lugares • Sectores y Sistemas Turísticos • Principios de Marketing Turístico • Innovación y Creatividad en Turismo • Análisis Económico de Mercados Turísticos • Métodos Cuantitativos en el Análisis Turístico • Métodos Cualitativos en el Análisis Turístico • Métodos Cartográficos y Geoanalíticos en Turismo.

ASIGNATURAS OPTATIVAS (17 ECTS)

Especialización 'Gestión y Gobernanza de Destinos' (mayoritariamente en inglés): Gobernanza, Actores y Participación Comunitaria en los Destinos • Diseño de Experiencias • Gestión de Sistemas de Destinos y Organizaciones • Impactos Económicos del Turismo • Gestión de la Cadena de Valor • Prácticas Externas.

Especialización 'Marketing y Branding de Destinos' (mayoritariamente en español): Comportamiento y Prácticas de los Turistas • Gestión de Marketing • Comunicación Estratégica de Marcas y Territorios • E-Tourism: Estrategias y Herramientas • Diseño de Experiencias • Prácticas Externas.

TRABAJO DE FIN DE MÁSTER (12 ECTS)

COMPULSORY SUBJECTS (31 ECTS)

Principles of Destination Planning and Management • Destinations: Spaces and Places • Tourist Sectors and Systems • Principles of Tourism Marketing • Innovation and Creativity in Tourism • Economic Analysis of Tourist Markets • Quantitative Methods in Tourism Analysis • Qualitative Methods in Tourism Analysis • Cartographic and Geo-analytic Methods in Tourism.

OPTIONAL SUBJECTS (17 ECTS)

Specialization 'Destination Management and Governance' (primarily in English): Governance, Stakeholders and Community Involvement in Destinations • Experience Design • Destination Management Systems and Organizations • Economic Impacts of Tourism • Value Chain Management • Internship.

Specialization 'Destination Marketing and Branding' (primarily in Spanish): Tourist Behaviour and Practices • Marketing Management • Strategic Communication of Brands and Territories • E-Tourism: Strategies and Tools • Design Experience • Internship.

MASTERS' FINAL PROJECT (12 ECTS)

PERFIL RECOMANAT / PERFIL RECOMENDADO / RECOMMENDED PROFILE

► L'objectiu d'aquesta oferta formativa multidisciplinària és donar respostes a la necessitat d'administracions, sectors empresarials i entitats del territori perquè disposin de professionals i investigadors que puguin liderar processos d'innovació cap a destinacions turístiques competitives i sostenibles.

El màster és atractiu tant per a un alumnat procedent de països i regions que s'enfronten amb el repte d'una transició cap a un turisme sostenible i de qualitat, o que volen desenvolupar la carrera investigadora en el camp dels estudis de turisme i oci, com per a professionals en la gestió d'empreses, organitzacions del territori i proveïdors de serveis que vulguin aprofundir els coneixements i la capacitat d'operar en l'entorn dinàmic del turisme contemporani.

Els estudiants poden accedir a aquests estudis havent cursat prèviament estudis universitaris de grau o equivalents en el camp de les ciències socials, així com en altres àmbits de coneixement rellevants per als estudis de turisme i oci. Més concretament, les persones graduades en Turisme i Oci, Màrqueting i Investigació de Mercats, Administració i Direcció d'Empreses, Economia, Geografia, Sociologia, Comunicació i Planificació tindran la oportunitat d'aprofundir els coneixements en la gestió i màrqueting dels territoris turístics i especialitzar-s'hi.

► El objetivo de esta oferta formativa multidisciplinaria es dar respuesta a la necesidad de administraciones, sectores empresariales y entidades del territorio en todo el mundo de contar con profesionales e investigadores que puedan liderar procesos de innovación hacia destinos turísticos competitivos y sostenibles.

El máster MTD es atractivo tanto para el alumnado procedente de países y regiones que se enfrentan al reto de una transición hacia un turismo sostenible y de calidad o que quieren desarrollar su carrera investigadora en el campo de los estudios del turismo y ocio, como para los profesionales en la gestión de empresas, organizaciones del territorio y proveedores de servicios que quieren profundizar en sus conocimientos y su capacidad de operar en el entorno dinámico del turismo contemporáneo.

Los estudiantes pueden acceder a los estudios de máster MTD habiendo cursado previamente estudios universitarios de grado o equivalentes en el campo de las ciencias sociales, así como en otros ámbitos de conocimiento relevantes para los estudios de turismo y ocio. Más concretamente, los graduados en Turismo y Ocio, Marketing e Investigación de Mercados, Administración y Dirección de Empresas, Economía, Geografía, Sociología, Comunicación y Planificación tendrán la oportunidad de profundizar y especializar sus conocimientos en la materia de la gestión y marketing de los territorios turísticos.



► The aim of this multidisciplinary program is to respond to public administrations, entrepreneurial sectors and regional entities around the world who need professionals and researchers with the skills and competencies required to implement innovative processes in the creation of competitive and sustainable tourism destinations.

The Master's Degree in MTD is attractive both for students from countries and regions that face the challenge of a transition towards sustainable and quality tourism and/or for students who wish to develop their research career in the field of tourism and leisure studies. It is also attractive for professionals employed in the management of companies, regional organizations and service providers who wish to deepen their knowledge and ability to operate in the dynamic environment of contemporary tourism.

Students can access this master's degree studies if they hold a bachelor's degree or equivalent university qualification in the social sciences and other fields of knowledge that are relevant to tourism and leisure studies. Specifically, graduates in Tourism and Leisure, Marketing Management and Research, Business Administration and Management, Economics, Geography, Sociology, Communication and Planning will have the opportunity to deepen and specialize their knowledge regarding the management and marketing of tourism regions.



SORTIDES PROFESSIONALS / SALIDAS PROFESIONALES / CAREER OPPORTUNITIES

-
- Professionals que a partir del coneixement expert de les tendències actuals i futures d'evolució dels mercats turístics siguin capaços d'articular propostes efectives i innovadores de disseny de nous productes, canals de promoció i comercialització, i gestió de serveis, activitats i impactes.
 - Professionals que puguin avançar cap a la implantació de sistemes integrats de qualitat en el sistema turístic local, incloent-hi gestió econòmica, mediambiental, de responsabilitat social, seguretat de la informació, satisfacció i fidelització del turista.
 - Professionals de l'empresa privada o del sector públic que vulguin aprofundir en les seves competències per a l'adreça de projectes, serveis i sistemes d'informació i planificació en l'àmbit del turisme.
 - Professionals que orientin empreses, sistemes empresarials, institucions locals i comunitats amfitrions cap a models compartits i oberts de gestió i governança dels territoris turístics.
 - Investigadors que vulguin seguir la formació avançada en estudis de tercer cicle (doctorat), en l'àmbit nacional o internacional, desenvolupant el coneixement conceptual, analític i pràctic del funcionament del turisme contemporani, els impactes i els fonaments en la societat mòbil i connectada.

- Profesionales que, a partir del conocimiento experto de las tendencias actuales y futuras de evolución de los mercados turísticos, sean capaces de articular propuestas efectivas e innovadoras de diseño de nuevos productos, canales de promoción y comercialización, y gestión de servicios, actividades e impactos.
- Profesionales que puedan avanzar hacia la implantación de sistemas integrados de calidad en el sistema turístico local, incluyendo gestión económica, medioambiental y de responsabilidad social, seguridad de la información, satisfacción y fidelización del turista.
- Profesionales de la empresa privada o del sector público que quieran profundizar en sus competencias para la dirección de proyectos, servicios y sistemas de información y planificación en el ámbito del turismo.
- Profesionales que orienten empresas, sistemas empresariales, instituciones locales y comunidades anfitrionas hacia modelos compartidos y abiertos de gestión y gobernanza de los territorios turísticos.
- Investigadores que deseen continuar su formación avanzada en estudios de tercer ciclo (doctorado), en ámbito nacional o internacional, desarrollando su conocimiento conceptual, analítico y práctico del funcionamiento del turismo, sus impactos y sus fundamentos en la sociedad móvil y conectada.

- Professionals able to articulate effective and innovative proposals for new product design, promotion and marketing channels, services, and for activities and impacts management based on expert knowledge of current and future trends in the evolution of tourism markets.
- Professionals able to implement integrated quality systems in the local tourism system, including financial management, environmental and social responsibility, security information, tourist satisfaction and loyalty.
- Professionals from private or public sector organizations who wish to enhance their skills in the management of projects, services and information systems and planning in the field of tourism.
- Professionals who can guide companies, business networks, local institutions and host communities towards shared and open models of tourist management and governance.
- Researchers who want to advance their training through doctoral studies, either in Spain or abroad, by developing their conceptual, analytical and practical knowledge of tourism operations and their impacts and role in the mobile and connected society.



CRITERIS D'ADMISSIÓ / CRITERIOS DE ADMISIÓN / ADMISSION REQUIREMENTS

- ▶ El màster ofereix 25 places anuals. Les persones sol·licitants se seleccionen d'acord amb els criteris següents:
 - Adequació de la formació bàsica i complementària de grau (mínim 180 crèdits) en Turisme i Oci, Administració i Direcció d'Empreses, Economia, Geografia, Sociologia, Comunicació i Planificació o disciplines afins.
 - Coneixements anglès (certificat de nivell B2).
 - Coneixements de castellà (certificat de nivell B1) només per als estudiants que es matriculin de l'especialització en Màrqueting i Construcció de Marca de Destinacions.
 - Expedient acadèmic i professional, experiència internacional.
- ▶ El máster MTD ofrece 25 plazas anuales. La selección de solicitantes se llevará a cabo conforme a los siguientes criterios:
 - Adecuación de la formación básica y complementaria a nivel de grado (mín. 180 créditos) en Turismo y Ocio, Administración y Dirección de Empresas, Economía, Geografía, Sociología, Comunicación y Planificación o disciplinas afines.
 - Conocimiento certificado del inglés (nivel B2).
 - Conocimiento certificado del español (nivel B1), solo para los estudiantes que se matriculen en la especialización en 'Marketing y Branding de Destinos'
 - Expediente académico y profesional, experiencia internacional.
- ▶ The Master's Degree in MTD offers 25 places yearly. Applicants are selected on the basis of the following criteria:
 - Bachelor's degree (min. 180 credits) in Tourism and Leisure, Business Administration, Economics, Geography, Sociology, Communication and Planning or related disciplines.
 - Certified knowledge of English (level B2)
 - Certified knowledge of Spanish (level B1) only for students who register for the specialization in 'destination marketing and branding'
 - Academic and professional record, international experience

BEQUES / BECAS / GRANTS AND SCHOLARSHIPS

- ▶ <http://www.ftg.urv.cat/bequesajutsipremis/index.html>



UNIVERSITAT
ROVIRA I VIRGILI

Facultat de Turisme i Geografia

CAMPUS VILA-SECA

C. Joanot Martorell, 15
43480 Vila-seca (Tarragona)
Tel. +34 977 297 900
Fax +34 977 297 969
ftg@urv.cat
www.ftg.urv.cat

MASTER'S DEGREES UNIT

Av. Onze de setembre, 112
43203 Reus (Tarragona · Spain)
Tel. +34 977 779 944
postgrau@urv.cat

