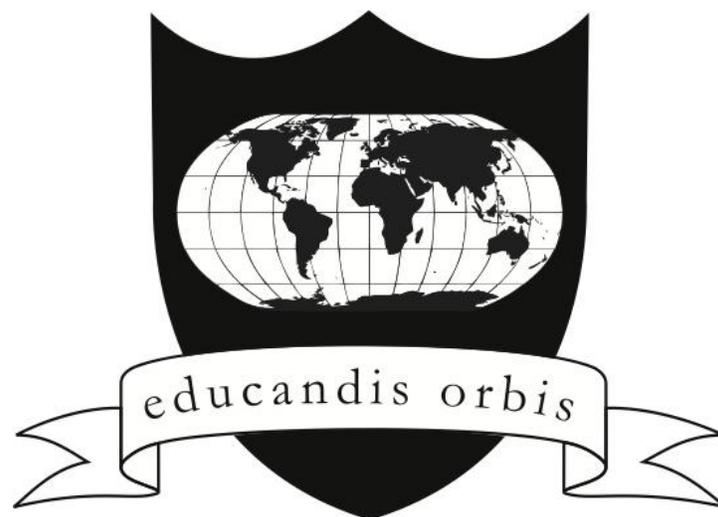


AAU

AMERICAN ANDRAGOGY
UNIVERSITY

-Plan de Estudios-
Maestría en Turismo





CONTENIDOS

- | | |
|--------------------------------|------------------------|
| 1) Presentación | 5) Objetivos |
| 2) Requisitos | 6) Cursos Obligatorios |
| 3) Plan de Estudios / Duración | 7) Cursos Sugeridos |
| 4) Tabla de Créditos | |

1) Presentación

Su programa de Maestría a distancia en AAU, le va a permitir a nuestros estudiantes la capacidad del auto aprendizaje. AAU va a poner a disposición de nuestros estudiantes todas las herramientas necesarias para lograr el máximo nivel de aprendizaje. De esta manera su avance académico y conocimientos van hacer medidos en todo momento gracias a la evaluación continua de su consejero académico. El método a distancia de AAU va ayudar a nuestros estudiantes optimizar sus tiempos y esfuerzo para su propio desarrollo académico.

La capacidad intelectual alcanzada por nuestros estudiantes, les va a permitir utilizar la investigación para reconocerse y reconocer la actualidad de nuestro mundo actual. De esta manera nuestros estudiantes van a poder mejorar e innovar los procesos de comunicación y negociación adecuadas al campo de su entorno que desea desarrollarse.

2) Requisitos

Diploma o certificados de una licenciatura o bachillerato (Bachelor) completo o su equivalente, más 2 años de experiencia en el área de estudio de su interés, ya sea académica o laboralmente.

3) Plan de Estudios - Duración

El programa de estudios que AAU ofrece, consiste en la siguiente 4 fases:

Primera Fase: Es la fase donde el estudiante va enviar sus documentos académicos a través de la plataforma electrónica ya sea para corroborar su nivel académico o para convalidar cursos de diferentes centros de estudios o laborales. A su vez el estudiante va a tener que desarrollar 5 cursos requeridos de estudio general. Esta Fase del programa debe ser completada por el estudiante dentro de 4 a 6 semanas Como tiempo promedio. Si el trabajo presentado cumple con las bases académicas, el análisis y evaluación por parte de AAU debe tomar de tres a cuatro semanas.

Segunda Fase: Es la fase principal del programa, en esta fase el estudiante va a desarrollar su plan de estudios. El estudiante va a definir los cursos que está interesado en estudiar. Primero va a tener que diseñar una propuesta de plan de estudios y luego va desarrollar los cursos que han sido aprobados para



su estudio por AAU. Para desarrollar esta fase, el estudiante mínimo debe de presentar un curso concluido por mes. Si el trabajo presentado cumple con las bases académicas, el análisis y evaluación por parte de AAU debe tomar de tres a cuatro semanas.

Tercera Fase: Es la fase donde se desarrolla la propuesta de Tesis y el desarrollo de la Tesis. El desarrollo y conclusión de esta fase puede tomar al estudiante un promedio de 8 semanas. Si el trabajo presentado cumple con las bases académicas, el análisis y evaluación por parte de AAU debe tomar de seis a ocho semanas.

Cuarta Fase: Es la fase administrativa, donde el Departamento Administrativo de AAU acuerda con el estudiante el envío de documentos oficiales, que el estudiante requiera. El trámite de titulación y graduación puede tomar entre 2 a 3 meses.

Notas Importantes

El máximo número de cursos tomados en la Segunda Fase a la misma vez, deben ser dos (2)

Cada curso a tomar será un trabajo analítico e investigativo en el área que el estudiante quiere desarrollarse.

Una vez concluida la evaluación de un curso, el estudiante debe continuar con el siguiente curso a estudiar.

El estudiante no podrá acceder a la siguiente fase de estudios, sin haber sido evaluado y autorizado por el asesor académico de AAU.

El tiempo de estudio para completar cada curso, depende del estudiante.

Si un trabajo académico no cumple con las bases académicas correspondientes durante la evolución, el estudiante tiene la opción de mejorar su trabajo académico hasta cumplir con las bases académicas requeridas por AAU.

4) Tabla de Créditos

El total de Créditos que se necesita tener para concluir los estudios de una Maestría es de 82.

AAU otorgara un máximo de 30 créditos por convalidación de créditos de otras instituciones, experiencia laboral y de vida en el campo de la profesión de interés.

AAU en la Fase I del programa tiene 5 cursos de desarrollo obligatorio cada curso otorga 3 créditos, los cuales ya están establecidos.

AAU ofrece a sus estudiantes la elección de 14 a 25 cursos basados en el criterio del Consejero Académico.



A continuación una Tabla de Créditos promedio:

15 créditos obligatorios +
15 créditos de convalidación como máximo

30 créditos otorgados +
42 créditos por estudiar (promedio de 14 cursos)
10 créditos por tesis

82 créditos de total para la Maestría

5) Objetivo

El objetivo fundamental de la Maestría en Turismo es formar profesionales capacitados para analizar al turismo como un modelo de desarrollo, que se maneja dentro de tendencias mundiales y nacionales, pero adecuado a los problemas regionales.

6) Cursos Obligatorios

El contenido sugerido de cada una de estos cursos será proporcionado al estudiante a través de su Plataforma Estudiantil

- A) Filosofía de la Educación a Distancia
- B) Globalización y Educación
- C) Conducta Humana y los Servicios del Bienestar Social
- D) Sustentabilidad y la relación con su programa de estudio
- E) Influencia Biográfica

7) Cursos Sugeridos

A continuación usted va a poder encontrar cursos que son requeridos como una base de estudio general y también cursos que se adaptan a su plan de estudios deseado. Sin embargo eso no significa que es un plan estandarizado para su programa que desea estudiar. Los siguientes son cursos sugeridos que le pueden servir de guía para realizar su propio plan de estudios.



1) ANALISIS ECONOMICO DEL TURISMO

La asignatura de Análisis Económico del Turismo viene a aportar una formación básica y esencial: los fundamentos microeconómicos de la actividad turística. Esos fundamentos son en parte comunes a toda actividad económica, pero tienen también especificidades propias del turismo, por lo que el temario de la asignatura contiene materias clásicas de un curso de Introducción a la microeconomía, junto a otras que no son tan habituales, como la diferenciación de los productos turísticos basada en la localización espacial y horaria.

PRIMERA SECCIÓN

El comportamiento del consumidor y la demanda de turismo

LECCIÓN 1

LAS POSIBILIDADES DE GASTO DE LOS CONSUMIDORES

1. Introducción
2. Nuestra capacidad de gasto: la restricción presupuestaria
3. Cambios en la restricción presupuestaria: variaciones exógenas de renta y los precios
4. Algunos ejemplos de restricciones presupuestarias
 - 4.1. Impuestos directos
 - 4.2. Impuestos indirectos
 - 4.3. Restricciones no lineales

LECCIÓN 2

LAS PREFERENCIAS DE LOS CONSUMIDORES

1. Introducción
2. Nuestros deseos: la función de utilidad y las curvas de indiferencia
3. Nuestra valoración subjetiva de los bienes: La Relación Marginal de Sustitución
4. Tipos de bienes que pueden satisfacer nuestras necesidades
 - 4.1. Bienes sustitutos perfectos
 - 4.2. Bienes complementarios perfectos
 - 4.3. Bienes neutrales
 - 4.4. Existencia de un “mal”
 - 4.5. Saciability



LECCIÓN 3

NO PODEMOS TENERLO TODO: LA NECESIDAD DE ELEGIR Y LA DEMANDA

1. La mejor elección posible del consumidor: el equilibrio
2. La demanda individual
3. Cambios en la cantidad demandada de un bien
 - 3.1. Cambios en la renta del consumidor: la curva de Engel
 - 3.2. Cambios en el precio de un bien: la curva de demanda
 - 3.3. Cambios en el precio de otros bienes
4. Algunos ejemplos
 - 4.1. Bienes sustitutos perfectos
 - 4.2. Bienes complementarios perfectos
 - 4.3. Preferencias regulares

LECCIÓN 4

LA DEMANDA AGREGADA. ELASTICIDAD E INGRESO

1. Introducción
2. La demanda agregada de un bien
3. Elasticidad precio e ingreso.
4. Agregación y maximización del ingreso.
5. Externalidades de red

SEGUNDA SECCIÓN

El medio en que se desenvuelven las empresas turísticas: los mercados.

Mercados estáticos de productos homogéneos.

LECCIÓN 5

MERCADOS PERFECTAMENTE COMPETITIVOS

1. Introducción.
2. La oferta de la empresa a corto plazo.
3. La oferta de la industria y equilibrio a corto plazo.
4. La oferta de la empresa a largo plazo.
5. La oferta de la industria y equilibrio a largo plazo.
6. Ejemplo resumen.



LECCIÓN 6

UN CASO EXTREMO EN LOS MERCADOS DE PRODUCTO: EL MONOPOLIO

1. Introducción
2. Equilibrio a corto plazo del monopolio
3. Equilibrio a largo plazo del monopolio
4. Monopolio con dos o más plantas
5. La discriminación de precios
6. Determinación de precios según franjas horarias o temporadas (peakload pricing)

Mercados estratégicos de productos homogéneos

LECCIÓN 7

MERCADOS EN COMPETENCIA IMPERFECTA. LA TEORIA DE JUEGOS.

1. Introducción
2. El dilema del prisionero
3. Estrategias dominantes
4. El equilibrio de Nash
5. Juegos repetidos
6. Juegos secuenciales
7. Los movimientos estratégicos

LECCIÓN 8

MERCADOS OLIGOPOLÍSTICOS

1. Introducción
2. Mercados no colusivos
 - 2.1. El duopolio de Cournot
 - 2.2. El modelo de Stackelberg
 - 2.3. El liderazgo de precios
 - 2.4. La curva quebrada de demanda
3. Modelos colusivos

Mercados estratégicos de productos diferenciados

LECCIÓN 9

MERCADOS DE PRODUCTOS DIFERENCIADOS (*)



1. Introducción
2. La competencia monopolística
3. La diferenciación espacial del producto
 - 3.1. El modelo lineal (una calle, una playa)
 - 3.2. El modelo circular (horarios, una isla)
 - 3.3. Determinación de precios
4. La publicidad
 - 4.1. Los determinantes de la intensidad publicitaria
 - 4.2. La publicidad en mercados oligopolísticos
 - 4.3. Determinantes de las elasticidades

2) CONTABILIDAD DE EMPRESAS TURISTICAS

Estudiar los fundamentos de la contabilidad de costes y su posible aplicación a las empresas turísticas.

La meta de aprendizaje propuesta es la de que el alumno aprenda a pensar en términos de costes y de gestión empresarial.

Introducción a la contabilidad de costes

Tema 1. La Contabilidad de Costes

Tema 2. Aspectos fundamentales de la Contabilidad de Costes

Tema 3. De la Contabilidad General a la Contabilidad de Costes. La formación del coste

Tema 4. Introducción al proceso contable del movimiento interno de valores

Tema 5. El proceso contable del movimiento interno de valores y su conexión con la Contabilidad General

La doctrina

Tema 6. El modelo base: proceso contable

Tema 7. El modelo base: estructura contable

Tema 8. Los centros de actividad

La moderna doctrina anglosajona: introducción al modelo ABC

Tema 9. Aspectos fundamentales del modelo ABC Tema

Tema 10. El proceso seguido por el modelo ABC

El análisis coste-volumen de operaciones-beneficio y el modelo del coste variable

Tema 11. El punto muerto y el modelo de costes variables



3) ESTRUCTURA ECONOMICA DE LOS MERCADOS TURISTICOS

El objetivo global de la asignatura es conseguir la capacidad y el hábito para analizar y comprender la estructura y el funcionamiento de los mercados turísticos desde un punto de vista económico. Para ello, se utiliza la metodología del razonamiento económico aplicado que permite progresivamente y de forma autónoma llegar a explicar, entender e interpretar los hechos y cifras del turismo tanto en el ámbito internacional como nacional.

PARTE I: EL TURISMO EN LA ECONOMÍA CONTEMPORÁNEA

Lección 1. Las magnitudes del turismo

Lección 2. Los flujos turísticos y el crecimiento económico.

Lección 3. Los flujos turísticos en la economía internacional.

PARTE II: LA ESTRUCTURA DE LOS MERCADOS TURÍSTICOS.

Lección 4. La demanda de turismo.

Lección 5. La oferta de turismo.

Lección 6. Los mercados turísticos.

PARTE III: EL TURISMO EN LA ECONOMÍA

Lección 7. El sector turístico.

4) TECNICAS CUANTITATIVAS Y CUALITATIVAS PARA EL TURISMO

La asignatura tiene como objetivo general la introducción de las principales técnicas cuantitativas y cualitativas de investigación social aplicadas al turismo. El fin de este objetivo es conseguir que el estudiante se familiarice con las distintas técnicas utilizadas, y que repare en el interés profesional y científico de estudiar empíricamente la demanda turística y su oferta.

1. BLOQUE I: Investigar el turismo
2. BLOQUE II: El enfoque cuantitativo
3. BLOQUE III: El enfoque cualitativo
4. BLOQUE IV: La investigación de la comunicación turística
5. BLOQUE V: La investigación aplicada al turismo
6. BLOQUE VI: Informar de la investigación



5) PATRIMONIO CULTURAL

Esta asignatura tiene como objetivo prioritario que el alumno conozca los bienes que conforman el Patrimonio Cultural con el fin de despertar la estima y el juicio valorativo del futuro profesional, ya que estos bienes son uno de los principales recursos de la actividad turística

LECCIÓN I.- DEFINICIÓN DEL CONCEPTO DE PATRIMONIO.

EVOLUCIÓN HISTÓRICA:

- I.1.- De la Antigüedad a la Ilustración
- I.2.- El siglo XIX
- I.3.- El siglo XX hasta la II Guerra Mundial

· LA APARICIÓN DEL CONCEPTO DE PATRIMONIO CULTURAL:

I.4.- La Convención de la Haya de 1954, punto de partida de los Bienes Culturales. Los Bienes Culturales y sus categorías.

LECCION II.- LA VISIÓN DEL PATRIMONIO ARTÍSTICO EN LOS VIAJEROS

LAS RELACIONES Y LIBROS DE VIAJES

- II.1.- Los primeros relatos: los viajes desde la Antigüedad al Barroco.
- II.2.- La observación ilustrada y la riqueza artística
- II.3.- La interpretación de los viajeros románticos.

6) POLITICA ECONOMICA TURISTICA

Pretender exponer, desde un punto de vista económico, una visión eminentemente práctica de la relación entre la actividad turística y la actuación de los poderes públicos. La asignatura utiliza muchos de los conceptos teóricos estudiados en diversas materias de los precedentes, pero se centra en su aplicación concreta en el marco de la actividad de las diferentes administraciones públicas. La política económica se enfrenta a los problemas proponiendo una serie de medios e instrumentos de actuación sobre la realidad que previamente ha estudiado la teoría.

Introducción: coyuntura turística nacional e internacional

- 1. Datos esenciales del Turismo
- 2. El turismo en cifras
- 3. Balance del turismo
- 4. Cuentas Satélite del Turismo

Primera parte: la política económica turística

- 5. La política turística: una aproximación
- 6. Del turismo en la política económica a la política económica del turismo



Segunda parte: los actores de la política económica turística

7. La política turística
8. La competencia turística de la Administración Pública: niveles y funciones

Tercera parte: objetivos, problemas e instrumentos

9. La política turística española: una visión de conjunto

Cuarta parte: cuestiones claves para el turismo

10. El medio ambiente en la política turística
11. Los modelos de desarrollo turístico
12. Crisis y revisión del modelo turístico
13. Destrucción a toda

7) GEOGRAFIA TURISTICA DEL RESTO DEL MUNDO

Objetivo es conseguir un conocimiento y dominio profundos de la Geografía mundial desde su óptica particular de aplicación al turismo, así como y en especial, de las características, potencialidades, riqueza y explotación turísticas, en todas sus vertientes, de los territorios y de cada una de las unidades que lo componen. No puede haber duda de que los recursos del territorio son esenciales en la actividad turística y pueden explicar o la consolidación o el derrumbe de unos u otros destinos turísticos. Así pues, es esencial formar diplomados expertos en planificación de ámbitos espaciales, territoriales, de la actividad turística, codo con codo con historiadores del Arte, técnicos medioambientales y, por supuesto, yuxtapuestos a los economistas en su papel tradicional de formadores de gestores y empresarios.

I. América.

- Tema 1. América Septentrional: Canadá, EE.UU. y Méjico.
- Tema 2. América Caribeña: Grandes Antillas y Pequeñas Antillas
- Tema 3. América Central: Guatemala, Belice, Honduras, El Salvador, Nicaragua, Costa Rica, Panamá.
- Tema 4. América del Sur: Venezuela, Colombia, Ecuador, Perú, Bolivia, Brasil, Chile, Paraguay, Argentina, Uruguay.

II. Asia.

- Tema 5. Oriente Próximo.
- Tema 6. Asia Meridional: Paquistán, India, Nepal, Bután, Bangla Desh, Sri Lanka, Maldivas.
- Tema 7. Sureste Asiático.
- Tema 8. Este de Asia: China, Japón, Corea del Norte, Corea del Sur.

III. África.

- Tema 9. África Mediterránea: Marruecos, Argelia, Túnez, Libia, Egipto.
- Tema 10. África Tropical.
- Tema 11. África Ecuatorial e Intertropical Lluviosa. Los países del África Ecuatorial. Kenia y Tanzania.
- Tema 12. Islas del Índico: Mauricio, Seychelles.
- Tema 13. África Austral: República Surafricana, Botswana, Namibia, Lesotho, Swazilandia.



IV. Oceanía.

Tema 14. Australia y Nueva Zelanda

Tema 15. Las Islas del Pacífico: Polinesia, Melanesia, Micronesia.