



MÁSTER INTERNACIONAL EN INNOVACIÓN Y PROMOCIÓN DEL TURISMO

(TÍTULO PROPIO)

El objetivo del Máster consiste en dotar a sus estudiantes de conocimientos avanzados en turismo mediante el contacto directo con los agentes públicos y privados del sector **en el lugar en el que realizan su labor, tanto España como Europa.**

Incluye:

- **Ronda de reuniones con agentes turísticos** de Europa, Comunidades Autónomas, Diputaciones y Ayuntamientos.
- Cuatro semanas de **prácticas viajando por Europa, España y Madrid** conociendo de primera mano políticas turísticas y buenas prácticas emprendedoras en turismo. Los viajes y alojamientos **operados por Viajes el Corte Inglés.**
- Sistema de enseñanza y modalidad de **estudio semipresencial.**
- **Visitas institucionales y participación** en las diferentes **ferias, congresos, seminarios y eventos** públicos y privados. Asistencia a **seminarios, jornadas y talleres** impartidos por especialistas del sector.
- **Adquisición de metodologías de trabajos innovadoras** propias de los profesionales del turismo, mediante la realización permanente de informes de resultados. Integración de las **tecnologías de la información y comunicación** en las metodologías docentes.
- **Programa de búsqueda de empleo** en sectores estratégicos del sector turístico.
- Publicación de informes y trabajos prácticos de los participantes en la **web: www.iturismo.es y en las redes sociales.**
- **Certificado Académico** expedido por la Universidad a Distancia de Madrid (UDIMA) y Alta Escuela de Dirección y Administración de Empresas (EDAE), Titulación Propia.





Presentación:

El Departamento de Turismo y Marketing y la Cátedra de Bienestar Social, Comunicación, Educación y Empleo de la Universidad a Distancia de Madrid (UDIMA) junto con la Alta Escuela de Dirección y Administración de Empresas (EADAE) convocan el **Máster Internacional en Innovación y Promoción del Turismo (Título Propio)**.

El objetivo del Máster en Innovación y Promoción del Turismo, consiste en dotar a sus estudiantes de unos conocimientos avanzados en turismo mediante un **contacto directo con los agentes públicos y privados del sector**. La metodología docente, basada principalmente en el trabajo de campo, permite a los participantes viajar por Europa y España conociendo de primera mano buenas prácticas en materia turística. De esta manera, **el estudiante aprende turismo haciendo turismo**.

Por otro parte, el **programa docente** se articula en tres estrategias fundamentales del turismo en la actualidad:

- La **innovación**.
- El **emprendimiento**.
- Las **tecnologías de la información y comunicación (TICs)**.

El programa también asimila y adopta como propios, los principales **ejes de actuación del Plan Nacional e Integral del Turismo de España**: Fuerza de la Marca España, orientación al cliente, oferta y destinos, alineamiento público-privado, conocimiento y talento y emprenduría.

Dirigido a:

- **Titulados en Turismo** (TEAT, DEAT, Diplomatura o Grado).
- **Titulados universitarios en el ámbito de las Ciencias Sociales, Económicas o Humanidades** (Historia, Historia del Arte, Humanidades, Filologías, etc.).
- **Profesionales con experiencia profesional**, mínimo de 3 años **sin titulación** universitaria.

El programa formativo tiene un límite de 50 estudiantes por lo que se convocará un proceso de selección que se realizará en Madrid o por videoconferencia



Objetivos del curso:

Ofrecer a los estudiantes una **formación práctica en turismo** a través de la realización de trabajo de campo especializado en destinos turísticos europeos y españoles, acompañada de una **enseñanza científico-técnica avanzada** impartida por docentes especializados y expertos en turismo.

A lo largo de los módulos que articulan el programa, el estudiante realizará una serie de actividades que le permitirá adquirir las siguientes competencias:

- **Conocer las diferentes modalidades turísticas** existentes en la actualidad, determinar su grado de implantación en los destinos y evaluar las experiencias y resultados principales.
- **Manejar las principales TICs** (Tecnologías de Información y Comunicación) aplicadas al turismo, especialmente las herramientas de comunicación, promoción y difusión.
- **Dominar las principales herramientas disponibles para elaborar trabajos científico-técnicos** de calidad e innovación en el área del turismo.
- **Profundizar en las experiencias de emprendimiento** puestas en marcha en el ámbito del turismo.

Con la asimilación de estas competencias, el estudiante obtendrá los siguientes resultados de aprendizaje:

- Diseñar **planes de turismo viables**.
- Prestar **servicios turísticos de calidad**.
- Elaborar **productos turísticos innovadores**.
- Poner en marcha **empresas turísticas**.
- Manejar las **principales técnicas de comunicación en turismo**.
- **Contacto directo con los agentes del sector** y su "Know-How".

Programa:

Durante un curso académico, el estudiante se integrará en una formación teórico-práctica avanzada, especializada y multidisciplinar de carácter eminentemente práctico. Las características generales del programa son:

- Modalidad: Semipresencial
- ECTS: 60 ECTS (1500 horas)
- Inicio: Marzo 2015
- Finalización: Diciembre 2015



El programa se estructura en cuatro módulos:

Módulo 1. Cursos Académicos

- Objetivos: Profundizar en aquellos **aspectos del turismo que caracterizan a los destinos turísticos de éxito** (innovación, planificación, nuevas tecnologías, emprendedores, etc.).
- ECTS: 30
- Horas: 750h. (25h. presenciales y 725 h. trabajo personal/virtual)
- Asignaturas: Modalidades Turísticas, Marketing de los Destinos Turísticos, TICs en Turismo, Emprendimiento y Habilidades Directivas.

Módulo 2. Trabajo de Campo/Viajes: Aprender Turismo Haciendo Turismo

- Objetivos: **“Aprender turismo haciendo turismo”** mediante la realización de trabajo de campo en destinos turísticos de éxito tanto en Europa como en España.
- ECTS: 18
- Horas: 450 h. (450h. presenciales)
- Asignaturas: Trabajo de Campo (Europa), Trabajo de Campo (España) y Trabajo de Campo (Madrid). Relevancia de los viajes:
 - Profundizar en las políticas implementadas en destinos turísticos europeos de referencia así como en los diferentes modelos de gestión y planificación turística.
 - Determinar las diferentes modalidades turísticas existentes en los destinos turísticos españoles y cómo su desarrollo condiciona su dinamización.
 - Conocer buenas prácticas turísticas orientadas a la innovación y al emprendimiento.
 - Contactar con especialistas y empresarios conocedores del mercado turístico actual.
 - Contactar con agentes públicos del sector turístico responsables de las políticas y su implementación de los diferentes modelos de desarrollo turístico.
 - Adquirir competencias, habilidades y conocimientos en materia de turismo que permitan desarrollar una trayectoria profesional de calidad.

Módulo 3. Talleres Prácticos

- Objetivos: **Conocer las novedades del sector** mediante la asistencia a conferencias especializadas impartidas por expertos y realización de trabajo personal.
- ECTS: 6
- Horas: 150 h. (25 h. presenciales y 125h. trabajo personal/virtual)
- Asignaturas: Taller I y Taller II.

Módulo 4. Trabajo Fin de Grado

- Objetivos: Realización y defensa de un **trabajo académico y/o profesional** que permita aplicar los conocimientos aprendidos durante el Máster.
- ECTS: 6
- Horas: 150 h. (150h. trabajo personal/virtual)
- Asignaturas: Trabajo Fin de Grado



MÁSTER EN INNOVACIÓN Y PROMOCIÓN TURÍSTICA					
Denominación	Carácter	ECTS	Denominación	Carácter	ECTS
Primer semestre			Segundo semestre		
Modalidades Turísticas	Obligatoria	6	TICs en Turismo	Obligatoria	6
Marketing de los Destinos Turísticos	Obligatoria	6	Emprendimiento y Habilidades Directivas	Obligatoria	6
Planificación y Gestión Turística	Obligatoria	6	Taller Práctico (II)	Obligatoria	3
Taller Práctico (I)	Obligatoria	3	Trabajo de Campo (Madrid)	Obligatoria	6
Trabajo de Campo (Europa)	Obligatoria	6	TFM (Trabajo Fin de Máster)	Obligatoria	6
Trabajo de Campo (España)	Obligatoria	6			
Total primer semestre		33	Total segundo semestre		27
Total créditos ECTS del Máster: 60					

MÁSTER EN INNOVACIÓN Y PROMOCIÓN TURÍSTICA							
Módulos	ECTS	Horas	Asignaturas	ECTS	Horas Máster		
					Presenciales	Trabajo Personal	Total
Cursos Académicos	30	750	Modalidades Turísticas	6	5	145	150
			Marketing de los Destinos Turísticos	6	5	145	150
			Planificación y Gestión Turística	6	5	145	150
			TICs en Turismo	6	5	145	150
			Emprendimiento y Habilidades Directivas	6	5	145	150
Trabajo de Campo	18	450	Trabajo de Campo (Europa)	6	150	0	150
			Trabajo de Campo (España)	6	150	0	150
			Trabajo de Campo (Madrid)	6	150	0	150
Talleres Prácticos	6	150	Taller Práctico I	3	20	55	75
			Taller Práctico II	3	5	70	75
TFM	6	150	TFM	6	0	150	150
Total créditos ECTS del Máster: 60							
Total horas: 1500 (500 presenciales + 1000 trabajo personal)							

Duración, plazos de matrícula y fechas de inicio:

- Duración: Marzo – Diciembre 2015
- Plazos de matrícula: 23 de febrero al 13 de marzo de 2015
- Fechas de inicio: Marzo 2015
- Fecha de finalización: Diciembre 2015



Precios y formas de pago:

Importe total: 12.000 €. Incluye formación y viajes

- Matrícula 2.000 €, a descontar del importe total.
- Resto a pagar Abril – Julio 2015: 4 pagos de 2.500 €.
- Pago al contado un 3% de descuento.
- **Los viajes incluyen transporte, alojamiento, desayuno y cenas.**
- Las condiciones y organización de los viajes, y otros aspectos, están sujetos a un reglamento y condiciones que se reflejarán en el contrato de matrícula.

Documentación requerida para el proceso de inscripción:

- Cumplimentar el impreso de inscripción.
- Copia de la titulación universitaria, o documento que pruebe experiencia profesional.
- Copia DNI/ Pasaporte o Permiso de Residencia.
- 2 Fotografías tamaño carnet (con nombre al dorso).
- Currículum Vitae.
- Carta de motivación.

Toda esta documentación se enviará por email a info@iturismo.es

Sistema de enseñanza y metodología de estudio:

Este programa formativo se imparte **bajo la modalidad semipresencial**, aproximadamente 500 horas presenciales y 1000 horas de trabajo personal en entornos virtuales. Esta organización implica la combinación de dos metodologías de estudio diferentes:

- I.- Parte presencial
- II.- Entorno virtual

Parte presencial

La parte presencial consta de tres periodos:

Periodo 1: Trabajo de campo (Europa, España y Madrid)

- **Programa de viajes por 10 ciudades Españolas:** En un primer trabajo de campo, los estudiantes viajarán durante más de una semana por España conociendo, a través de los agentes públicos y privados del sector, las principales modalidades turísticas



implementadas en nuestro país (turismo rural, turismo de sol y playa, turismo urbano, turismo industrial, etc.).

- **Programa de viajes por 10 ciudades de Europa:** En un segundo trabajo de campo, recorrerán las principales ciudades europeas analizando las iniciativas de turismo identificadas como buenas prácticas.
- **Programa de viajes en Madrid:** El último trabajo de campo se realizará en la Comunidad de Madrid donde se profundizará en la estructura turística de los principales destinos turísticos de la región de mano de los agentes públicos y privados del sector.

Periodo 2. Cursos académicos presenciales

- Cada asignatura se reforzará con una sesión práctica de 5 horas (presencial).

Periodo 3. Talleres

- Los talleres, organizados en torno a una **conferencia marco impartida por un especialista** de reconocido prestigio del sector, tendrán una duración total de 25 horas, permitiendo trabajar sobre un tema concreto.

Entorno virtual:

La metodología es la propia de la enseñanza a distancia, en un entorno virtual, a través de la **plataforma de la UDIMA**. Consiste en una sistema de evaluación continua que ayuda a nuestros estudiantes a **“aprender haciendo”**. La metodología activa que se ofrece se fundamenta en la realización de diferentes tipos de actividades didácticas y el uso de herramientas digitales propias de este entorno de aprendizaje.

El alumno a lo largo del curso tendrá que realizar:

- **Actividades de aprendizaje:** pruebas de evaluación basadas en la generación colectiva del conocimiento.
- **Test de autoevaluación:** pruebas de evaluación on-line interactivas.
- **Actividades de Evaluación Continua (AEC):** supuestos y casos prácticos, trabajos de búsqueda de información, realización y presentación de informes.

Todo ello establecido en una guía docente que el alumno podrá consultar en todo momento y descargar desde la plataforma.

El alumno deberá entregar **las actividades de cada módulo** (autoevaluaciones tipo test o ejercicios que el profesor requiera), **participar en los foros y elaborar un proyecto final** de acuerdo con un calendario de trabajo que recibirá junto con la documentación del curso. Dispondrá de un servicio



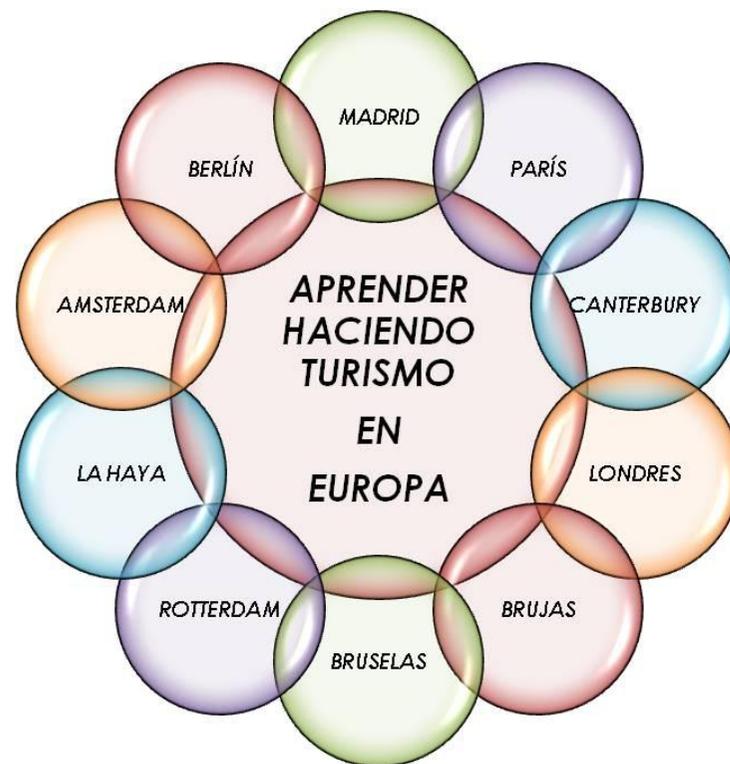
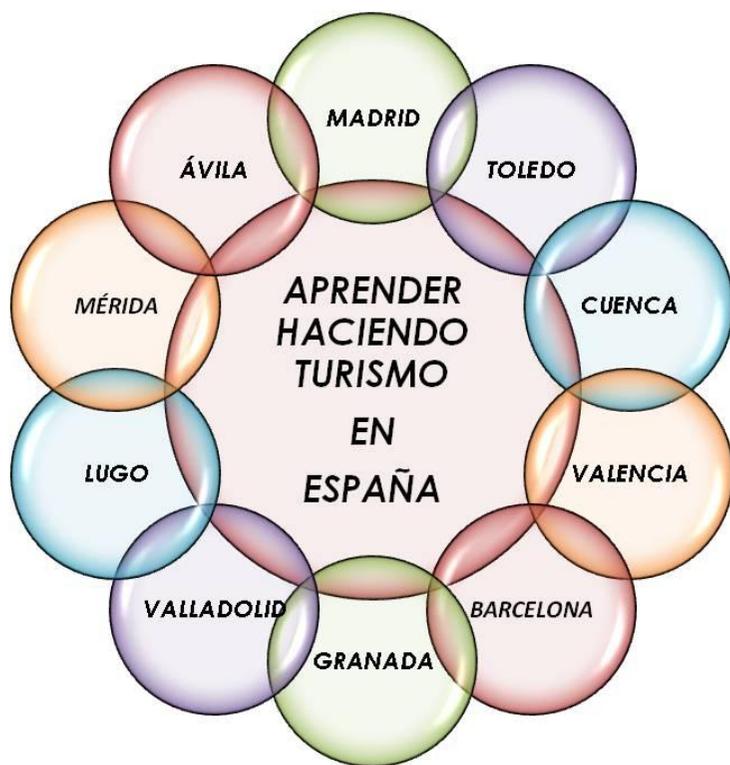
de **tutorías personalizadas** por correo electrónico para proponer todas las dudas que le puedan surgir.

Titulación Propia expedida por:



**MÁSTER INTERNACIONAL EN INNOVACIÓN
Y PROMOCIÓN DEL TURISMO
(TÍTULO PROPIO)**

**PROGRAMA DE VIAJES POR ESPAÑA Y EUROPA SUJETO A VARIACIONES
EN FUNCIÓN DE LAS RUTAS QUE LA DIRECCIÓN DEL MASTER DETERMINE**





Este nuevo marco jurídico permite emprender acciones destinadas a beneficiar al conjunto de los países de la Unión. La primera de ellas se fraguó en la conferencia de alto nivel sobre el turismo europeo, que se celebró en Madrid el 14 de abril de 2010, así como en la posterior reunión ministerial informal organizada por iniciativa de la Presidencia española del Consejo. Entonces los Ministros de Turismo de la UE apoyaron la «Declaración de Madrid», que formula una serie de recomendaciones relativas a la aplicación de una política europea del turismo consolidada, insiste en la necesidad de reforzar la competitividad sostenible de este sector y reconoce el valor añadido de la acción de la UE en favor del turismo, la cual completa positivamente la acción de los Estados miembros mediante un enfoque integrado del turismo.

Posteriormente, en julio de 2010, la Comisión Europea publicó una Comunicación (reforzada por unas Conclusiones del Consejo de la UE sobre un nuevo marco para el turismo de Europa aprobadas el 12 de octubre de 2010) que busca mantener a Europa como el principal destino turístico del mundo, proponiendo consolidar el nuevo marco político unificado con una serie de iniciativas que deberán ser implementadas en estrecha colaboración con los representantes del sector. La Comunicación define las siguientes prioridades estratégicas en el turismo europeo:

- Estimular la competitividad del sector turístico europeo.
- Reducir la estacionalidad del turismo.
- Promover el desarrollo de la innovación en el ámbito del turismo.
- Promover el desarrollo de un turismo sostenible, responsable y de alta calidad.
- Utilizar los instrumentos financieros de la UE con fines turísticos.

El Comité Consultivo de Turismo de la Unión

El Comité Consultivo de Turismo de la Comisión Europea (en lo sucesivo, "TAC"), es el órgano interno comunitario más relevante en materia de turismo. Está compuesto por representantes de los Estados miembros de la UE, que se reúnen dos veces al año. Su propósito es abordar las cuestiones más importantes relacionadas con el turismo así como el intercambio de información entre los Estados Miembros y los países candidatos en el ámbito del sector, funcionando en la práctica también como órgano de consulta y director sobre la nueva política europea del turismo que propició el Tratado de Lisboa.

También tras su aprobación por el TAC, se implementan proyectos que promueven prioridades europeas de turismo, entre ellas conviene destacar el Proyecto EDEN -Destinos Europeos de Excelencia-, el Proyecto 50.000 turistas o los foros y celebraciones turísticas europeas con motivo del Día del Turismo que se celebra cada año.

Organización Mundial del Turismo (OMT)

La Organización Mundial del Turismo (OMT) es, desde 2003, un organismo especializado de las Naciones Unidas y representa la principal institución internacional en el campo del turismo. Está



formado por 154 Estados miembros, siete territorios (Antillas Holandesas, Aruba, Comunidad Flamenca de Bélgica, Hong Kong, Macao, Madeira y Puerto Rico) y más de 400 Miembros Afiliados que representan al sector privado, entidades internacionales, instituciones de enseñanza, asociaciones y autoridades locales. España es Estado Miembro de la Organización desde 1975.

Con sede en Madrid, los objetivos principales que persigue son estimular el crecimiento económico y la creación de empleo, incentivar la protección del medio ambiente y del patrimonio de los destinos y promover la paz y el entendimiento entre todas las naciones del mundo a través del turismo.

Desde 1976, la OMT es organismo de ejecución del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) y, en esa calidad, lleva a cabo en todo el mundo la gran mayoría de los proyectos de desarrollo turístico que financia el PNUD.

Hoy la Organización Mundial del Turismo está firmemente comprometida con los Objetivos de Desarrollo del Milenio, adoptados por la Asamblea General de las Naciones Unidas. Promueve también el Código Ético Mundial y desempeña un papel central y decisivo en la promoción del desarrollo de un turismo responsable, sostenible y accesible para todos, prestando especial atención a los intereses de los países en desarrollo.

PLAN NACIONAL E INTEGRAL DE TURISMO DE ESPAÑA

Se trata de un conjunto de medidas para el periodo 2012-2015 para impulsar la competitividad de las empresas y nuestros destinos, renovar el liderazgo mundial de nuestro país para las próximas décadas y contribuir a la generación de riqueza, empleo y bienestar de los ciudadanos. Se concibe como respuesta a las principales necesidades manifestadas por el sector turístico, destacando los siguientes aspectos fundamentales:

- Liderazgo del Gobierno de la Nación para alinear voluntades de actores y los recursos en un proyecto común.
- Colaboración público-privada.
- Diseño de políticas transversales para la toma de decisiones y el establecimiento de estrategias.
- Establecimiento de un marco y una estructura institucional que estimule la mejora competitiva en las empresas.
- El destino turístico de España debe funcionar de forma alineada, con una visión innovadora en el diseño de políticas: España como destino al servicio del Turista.

EJE 1: FUERZA DE LA MARCA ESPAÑA



El turismo es el sector que es capaz de englobar los principales atributos de la marca España, de este modo, ésta actúa como palanca para mejorar la imagen de marca global, destacando su capacidad para regenerar y reforzar el prestigio y la reputación de la marca país y contribuyendo así a generar confianza para la inversión y el establecimiento de relaciones comerciales con España.

Es imprescindible que exista mayor coordinación de los actores implicados en la construcción de la marca España y que el turismo sea un sector clave en esta iniciativa.

Medidas

Se articula en 3 medidas:

- Desarrollo coordinado de la marca España.
- Impulso al Plan Estratégico de Marketing.
- Representación permanente de los intereses turísticos en la Unión Europea.

EJE 2: ORIENTACIÓN AL CLIENTE



El segundo eje del PNIT otorga una gran importancia al cliente que elige nuestro país como destino, ya que existe un alto grado de repetición entre los clientes que eligen España. Es por ello que la Secretaría de Estado de Turismo, a través de Turespaña, desarrollará un programa de fidelización mediante un programa individualizado de puntos con el objetivo de generar incentivos a la repetición, ampliando los horizontes de viaje del turista y ofreciendo posibilidades y productos de superior categoría.

Asimismo, este eje otorga gran importancia al turista español como cliente potencial para pasar las vacaciones en nuestro país, por lo que se trabajará para conseguir la modulación de tasas aeroportuarias y la optimización en la expedición de visados turísticos para facilitar la elección de España como destino.

Medidas

Se articula en 4 medidas:

- Lanzamiento del Programa "Fidelización España".
- Impulso a una campaña para estimular la demanda turística nacional.
- Modulación de tasas aeroportuarias.
- Optimización en la expedición de visados turísticos.

EJE 3: OFERTA Y DESTINOS



Para conseguir que un destino sea competitivo, es necesario dotar de gran importancia a la oferta del mismo y los destinos que lo componen. Es por ello que las 9 acciones que integran este eje están encaminadas a mejorar, fortalecer, innovar, fomentar, etc. la oferta y destinos españoles.

Medidas

Se articula en 9 medidas:

- Apoyo a la reconversión de destinos maduros.
- Líneas de crédito para la renovación de infraestructuras turísticas.
- Apoyo a los municipios turísticos. Destinos inteligentes: innovación en la gestión de destinos.
- Redes de agencias de gestión de experiencias.
- Homogenización de la clasificación y categorización de establecimientos hoteleros, rurales y Campings. Evolución del sistema de calidad turístico español.
- Puesta en valor del patrimonio cultural, natural y enogastronómico.

- Fomento del turismo sostenible con el medio ambiente

EJE 4: ALINEAMIENTO PÚBLICO-PRIVADO



En una visión del destino España como la que propone el PNIT, todos los agentes y recursos del sector turístico, tanto públicos como privados, se ponen al servicio del turista. Por ello, el entendimiento y la integración a todos los niveles (estratégico, táctico y operativo), es una prioridad para sentar las bases de nuestra competitividad.

Medidas

Se articula en 6 medidas:

- Análisis de impacto de toda propuesta normativa en el sector turístico.
- Impulso a la Unidad de Mercado.
- Modificación de la legislación que afecta al turismo.
- Entrada del sector privado en el ámbito de decisión y financiación de Turespaña.
- Apoyo a la internacionalización de las empresas turísticas españolas.
- Ventanilla única para empresas y emprendedores innovadores.

EJE 5: CONOCIMIENTO



Dentro del marco de impulso al conocimiento y corresponsabilidad público-privada del sector turístico español, Turespaña está en disposición de desarrollar una nueva propuesta de valor centrada en los activos clave que derivan tanto de sus competencias como de la experiencia adquirida durante toda su existencia.

Medidas

Se articula en 3 medidas:

- Desarrollo del catálogo de servicios de Turespaña.
- Reorganización y modernización de las Consejerías de Turismo de España en el exterior.
- Reorientación de las estadísticas nacionales de turismo.

EJE 6: TALENTO Y EMPRENDURÍA



El último de los ejes corresponde al fomento de la innovación en la gestión a través del talento y el emprendimiento. Para ello, es imprescindible disponer de un nivel de formación e incentivos suficientes, que permitan profesionalizar el sector.

Los jóvenes emprendedores son el colectivo que actualmente tiene mayor potencial para introducir la innovación en la gestión de la oferta turística, aunque esta capacidad se verá mermada mientras existan obstáculos para el acceso de nuestros emprendedores a las fuentes de financiación necesarias para constituir el capital semilla de sus negocios y el lanzamiento de sus



proyectos. Es por ello que una de las medidas de este eje es facilitar el acceso a fuentes de financiación que permitan a los emprendedores innovadores poner en marcha su proyecto.

Medidas

Se articula en 3 medidas:

- Líneas de crédito para jóvenes emprendedores en turismo.
- Programa de emprendedores innovadores turísticos.
- Adecuación de la oferta formativa y la investigación a la demanda empresarial.

Cooperación y competitividad

El Real Decreto 425/2013, de 14 de junio, que modifica parcialmente el Real Decreto 344/2012, de 10 de febrero, establece que la Secretaría de Estado de Turismo llevará a cabo las acciones que sean precisas para definir, desarrollar, coordinar y ejecutar las políticas turísticas del Estado, así como las relaciones turísticas institucionales de la Administración General del Estado con organizaciones internacionales, públicas y privadas, y la cooperación turística internacional, en coordinación con el Ministerio de Asuntos Exteriores y Cooperación.

Dentro de la Secretaría de Estado de Turismo, corresponde a la Subdirección General de Cooperación y Competitividad Turística ejercer funciones de cooperación y coordinación turística con las Comunidades Autónomas, entes locales, y otros departamentos ministeriales, así como con los agentes privados, para la elaboración de las bases y la planificación general de la política turística, especialmente a través de la Conferencia Sectorial de Turismo, el Consejo Español de Turismo y la Comisión Interministerial de Turismo.

En un plano transfronterizo se encarga de las relaciones turísticas internacionales de la Administración General del Estado, tanto de la cooperación turística internacional como de las relaciones institucionales con organizaciones turísticas internacionales de carácter multilateral.

Ética y Turismo

La Administración Turística española ha tenido siempre entre sus preocupaciones la defensa de los derechos de la infancia. Considera que los atentados contra estos derechos que puedan producirse en el ámbito turístico, como la explotación sexual comercial o el trabajo infantil, constituyen delitos, y, como tales, son competencia de los legisladores y de las fuerzas de Seguridad del Estado; pero considera también su deber de colaborar con el sector privado en la prevención y erradicación de los mismos ya que, como delitos que son, deben quedar totalmente fuera de la actividad turística, que tiene como fin el descanso, la diversión, el enriquecimiento humano y el acercamiento entre pueblos y culturas.

No hay excusas

Hace algunos años, la Administración Turística española lideró la creación y puesta en marcha de un grupo de trabajo multilateral para la implementación de la “Campaña Española contra la Explotación Sexual Comercial Infantil en los Viajes” o Campaña **No hay excusas**.

Tras el éxito de aquella Campaña, presentada el 2 de junio de 2004, este grupo de trabajo es ahora un subgrupo oficial del Grupo de Trabajo contra el Maltrato Infantil del Observatorio de la Infancia. Como parte integrante de este Grupo, la Administración Turística española ha colaborado también en la elaboración de



los sucesivos Planes de Acción Nacional contra la Explotación Sexual de la Infancia y de la Adolescencia, que han continuado con las acciones iniciadas por la Campaña NO HAY EXCUSAS.

Dentro de la Campaña, el conocimiento y la suscripción han desempeñado un papel fundamental por parte de las empresas turísticas españolas, especialmente de las cadenas hoteleras, del Código de Conducta para la Protección de los Niños/as frente a la Explotación Sexual en el Turismo y la Industria de Viajes, de la ONG ECPAT Internacional. La Administración Turística española ha desempeñado un papel significativo en este aspecto de la Campaña, difundiendo el Código entre el sector privado, convocando reuniones con los diferentes tipos de empresas turísticas - cadenas hoteleras, agencias de viajes y líneas aéreas, y con sus asociaciones respectivas - y manteniendo con algunos hoteleros contactos habituales de cara a resolver sus dudas sobre la firma y aplicación del Código.

Código Ético

En 2005 el Gobierno español asumió oficialmente el Código Ético Mundial para el Turismo (CEMT) de la OMT. Su Artículo 2º alude a la prevención y lucha contra cualquier forma de explotación sufrida por los grupos sociales más vulnerables, entre ellos mujeres y niños.



IMPRESO DE INSCRIPCIÓN

Por favor, rellene con letra clara y mayúscula sus datos personales:

Nombre y Apellidos:		
Estudios Realizados:		
Dirección:		
Localidad:		Código Postal:
E-Mail (obligatorio):		
Teléfono:		Móvil:
Situación Laboral:		DNI:

Todos los datos consignados en este documento son de carácter confidencial y autorizo a la Universidad a Distancia de Madrid, Escuela de Dirección y Administración de Empresas, Sociedad de Servicios Sociales, Fundación de Estudios Sociales y Escuela Superior de Postgrado al uso informatizado de los mismos y a cederlos a terceros con la finalidad de ser incluido en la Bolsa de Trabajo, Bolsa de Estudios, recibir publicidad y Oferta de Servicios. En virtud de lo dispuesto en la Ley 15/1999 de 13 de diciembre, tiene derecho a ejercer el derecho de acceso, rectificación, cancelación y oposición dirigiéndonos una carta por escrito. Ayúdenos a conservar nuestros datos actualizados y comuníquenos cualquier modificación que se produzca en sus datos personales. El interesado podrá ejercitar su derecho de acceso, rectificación, cancelación y oposición, enviándonos por carta a c/ Alcalá, 183, 1º 28009 de Madrid, solicitando la baja en este servicio.

A esta solicitud debe adjuntar: Cumplimentar el impreso de inscripción, copia de la titulación universitaria, copia DNI/ pasaporte o permiso de residencia, 2 Fotografías tamaño carnet (con nombre al dorso), curriculum Vitae, certificados de experiencia laboral para profesionales sin titulación, carta de motivación y copia de ingreso o transferencia bancaria. Enviar por correo, email ó fax.

Bankia: IBAN ES04 2038 1703 81 6800012736

Banco Santander IBAN ES55 0049 1805 43 2410321432

Abanca IBAN ES27 2080 0600 95 3040084707

Coste: 12.000 €: Matrícula 2.000€ y 4 pagos de 2.500 € (abril-julio)

Firma y Fecha

MADRID

C/ Alcalá, 183, 1º - 28009 Madrid

Teléfono: 91 402 00 61 Fax: 91 401 40 77

Email: master@epostgrado.es; info@iturismo.es

www.iturismo.es