

ANÁLISIS COMPARATIVO DE LAS ÁREAS DE CONOCIMIENTO EN LOS PLANES DE ENSEÑANZA SUPERIOR DE TURISMO

*María del Carmen Díaz Fernández
Francisco Javier Quirós Tomás
Dpto. de Administración de Empresas y Marketing
Universidad de Sevilla
quiros@us.es*

RESUMEN

Ante los cambios en los planes de estudio universitarios en materia turística con la implantación del sistema europeo de educación superior, los autores se plantean un análisis de la evolución y el peso de las diversas áreas de conocimiento que se integran en los mismos. Para ello se han analizado los planes de las antiguas diplomaturas en turismo y los nuevos grados de doce de las más prestigiosas universidades españolas. El estudio parte de un análisis clúster, agrupando los diversos planes de estudio en función del peso de las diversas materias ofertadas con el fin de analizar la homogeneidad/heterogeneidad de los conocimientos impartidos en los diversos planes, diferenciando entre materias obligatorias/troncales y optativas/de libre configuración.

Palabras clave: Universidad (NA 2659), Planes de Estudios Universitarios (TE 821), Enseñanza superior (TE 8432), Turismo (666).

1. INTRODUCCIÓN

Una educación de calidad debe hacer “posible satisfacer las necesidades sociales de formación, o necesidades básicas de aprendizaje, que se plantea la sociedad (...) dependiendo, tanto del momento temporal y del lugar, como de las necesidades de la sociedad en la que se inscribe” (Delgado 1996: 36).

En el caso de los sistemas educativos en este siglo XXI existe además un reto inédito en relación a épocas anteriores, ya que se tiene que incorporar en una educación de calidad a las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC). Esta incorporación no puede soslayarse en el caso de las enseñanzas del sector turístico, por su importancia económica y ser uno de los tradicionales motores de la economía, tanto mundial como en nuestro caso particular, nacional.

La revolución de las TIC en la industria turística ha ido más allá de los efectos directos sobre la misma como los cambios en los sistemas de distribución (Withiam, 1999), instrumentos de ventas y marketing (Murphy et al, 1996), comunicación corporativa (Van Hoof et al, 1995), afectando indirectamente a sectores como la formación turística. En una ideal simbiosis entre el mundo académico y económico, la universidad desempeña un rol de vital importancia. Así, en el contexto turístico que nos ocupa, la adecuación y modernización de la enseñanza se plasma en los nuevos planes docentes de las enseñanzas de grado. Esto tiene unas consecuencias prácticas tan importantes a nivel social y del propio sector como es la formación de sus futuros gestores, los nuevos “graduados” en turismo, así como la mejora de su futuro desarrollo profesional. Unos gestores a los que no sólo el sector turístico, sino el entorno en general, y la propia sociedad requerirá conocimientos, habilidades y competencias acordes, entre otros, a los turbulentos cambios acaecidos por ejemplo, en los ya citados de las TIC o los de los propios elementos del sector (como la actual crisis económica y su efecto sobre la demanda turística) y, además, a un ritmo, como el que éstas llevan, vertiginoso (Antón et al, 2005; Carrasco et al, 2005; Pittinsky, 2006; Balagué, 2007).

Teniendo en cuenta lo anterior y partiendo de que, para un adecuado desarrollo futuro de una actividad económica con un potencial de crecimiento elevado como es el turismo es imprescindible que la oferta de trabajadores especializados, especialmente a nivel universitario, sea adecuada en cantidad y calidad (Espasandín et al, 2010), al igual que otros autores (Puig, 2006; García, 2008; Gamero, 2009; González y Pagani, 2009), creemos que, en líneas generales, se debe encontrar la forma de que la universidad amplifique sus mecanismos de enseñanza y aprendizaje. Las nuevas titulaciones deben diseñarse pues ya, no sólo en función de “unos perfiles profesionales con perspectiva nacional y europea y de unos objetivos que deben hacer mención expresa de las competencias genéricas, transversales y específicas (conocimientos, capacidades y habilidades) que se pretendan sean adquiridas por los estudiantes a lo largo de sus estudios”, como se apuntaba en el Documento Marco (2003). Debe tenerse presente en el diseño de estos nuevos planes educativos las necesidades reales que demanda la sociedad. Una carencia satisfecha a través del conocimiento, habilidades, capacidades y destrezas aportadas por el conjunto de profesores de las distintas áreas de conocimiento que integran los distintos planes de enseñanza. Las aportaciones de las diversas

áreas de conocimientos vinculadas al sector turístico son esenciales en el diseño de los planes de enseñanza superior ya que, al igual que el conjunto de necesidades y demandas sociales, sus conocimientos han ido evolucionando con las mismas. Su adecuada presencia y ponderación en los planes de estudio universitarios en función de los requerimientos profesionales del sector es un requisito imprescindible para que los alumnos mejoren su potencialidad como fuente de recursos humanos empresariales y con ello generen riqueza y valor para las empresas, el sector económico en el que estas actúan y el conjunto de la sociedad.

En virtud de lo anterior, en el presente estudio se ha analizado el rol que desempeñan las distintas áreas de conocimiento en los planes de enseñanza superior en el sector turístico, así como su evolución con la reforma de la enseñanza universitaria. En el caso del sector turístico, esta ha pasado de consistir en una Diplomatura de tres años a un Título de Grado de cuatro, con el consiguiente aumento de créditos y conocimientos asociados. Para ello se han comparado los planes de estudio de diplomatura y grado de 12 destacadas universidades españolas.

Nuestro propósito no es otro que mostrar el cambio que se ha experimentado a lo largo del arduo proceso de reforma de la enseñanza superior iniciado con Bolonia en aras a la consecución final de la excelencia docente en el sector turístico.

2. OBJETIVOS Y METODOLOGÍA

Las instituciones de educación Europeas han aceptado el reto y han adquirido un papel básico en la construcción del área Europea de Educación Superior, así como en la dirección de los principios fundamentales que subyacen en la Carta Magna de la Universidad de Bolonia de 1988. Esto es de vital importancia, dado que la independencia y autonomía de las Universidades debe emplearse de forma que se asegure que los sistemas de educación superior e investigación se adapten continuamente a las necesidades cambiantes, las demandas de la sociedad y los avances en el conocimiento científico (Díaz y Quirós, 2009).

La formación de la mano de obra especializada que va a cubrir la demanda del sector turístico, especialmente en su nivel de estudios universitarios se ha cubierto hasta la creación y entrada en vigor del Espacio Europeo de Educación Superior principalmente, mediante la Diplomatura en Turismo. Una diplomatura que, en un corto espacio de tiempo, a pasos agigantados y con escasez de recursos ha experimentado grandes cambios. En el presente curso académico 2012-2013 empezarán a salir al mercado las primeras promociones de estudiantes universitarios del nuevo Grado en Turismo. Esta nueva titulación va a suponer un aumento en el nivel de conocimientos de los alumnos, al haber aumentado el tiempo de estudios requeridos de tres a cuatro cursos académicos (Espasandín et al, 2010).

La importancia que reviste un plan de estudios adaptado a los nuevos conocimientos y metodologías de enseñanza así como a las cambiantes necesidades del sector turístico es vital. La formación en el Espacio Europeo de Educación Superior no se centra, como ha venido siendo habitual en España, en los conocimientos teóricos a adquirir por el alumnado sino en el

volumen global de trabajo a realizar por los mismos durante sus estudios. El eje de referencia de los planes de estudio pasa a ser, por tanto, el propio aprendizaje de los alumnos. Las nuevas titulaciones deben diseñarse en función de unos perfiles profesionales con perspectiva nacional y europea y de unos objetivos que deben hacer mención expresa de las competencias genéricas, transversales y específicas (conocimientos, capacidades y habilidades) que se pretenda sean adquiridas por los estudiantes a lo largo de sus estudios (Documento Marco, 2003).

Para analizar los estudios universitarios de turismo en España, dentro del marco fijado por la Unión Europea, se ha procedido al análisis de los mismos a partir de la comparación de los planes de estudio pasados (Diplomaturas) con los actuales (Grados).

Se han analizado doce de las más de ochenta Universidades españolas que imparten estudios destinados a la adquisición de titulación universitaria en turismo. Para la selección de las Universidades se ha atendido a dos criterios principales: la posición de la institución universitaria dentro de un ranking de turismo y la importancia turística que tiene la región donde dicha entidad se halla enclavada. En cuanto al primer criterio, el ranking utilizado es el World Ranking of the Top 100 Hospitality and Tourism Programs de Severt et al, (2009). Este autor analiza los 100 principales planes de estudio ordenados en función de las publicaciones en 11 revistas de reconocido prestigio académico en el sector turístico durante un periodo de cinco años. Entre los planes citados se encuentran los de diversas universidades españolas.

Respecto al segundo criterio, se parte de la base de que el turismo en España se encuentra concentrado en una serie de zonas geográficas. Seis regiones españolas (Cataluña, Baleares, Canarias, Andalucía, Comunidad Valenciana y Madrid) acaparaban el 90,1% de los turistas extranjeros en el año 2006 (IET, 2006).

Teniendo en cuenta ambos criterios se han escogido para el análisis las doce universidades españolas siguientes: la de Las Palmas de Gran Canaria, Valencia, Baleares, Alicante, Sevilla, Carlos III de Madrid, Rey Juan Carlos, Escola Universitària de Turisme (Universidad de Girona), Autónoma de Madrid, Complutense de Madrid, Oberta de Catalunya y Autónoma de Barcelona, todas ellas sitas en alguna de las seis regiones principales receptoras de turismo españolas.

El objetivo principal del presente trabajo es realizar un análisis comparativo de las distintas áreas de conocimiento que integran los planes de enseñanza superior de turismo. Por ello, en función de los planes de estudios de las antiguas diplomaturas y los nuevos grados correspondientes a las doce universidades, se analizarán las diversas materias que los integran así como su importancia o peso relativo de cada una de ellas al objeto de estudiar las diferencias y similitudes existentes entre ellas y su posible efecto sobre la formación de la formación y capacitación profesional de los estudiantes universitarios de turismo.

Para alcanzar este propósito, siguiendo a Díez et al (2008), a partir de una matriz de datos inicial se han agrupado, en función de distancias de similitud, los distintos ítems en clusters o

grupos de elementos “semejantes” mediante la realización de un análisis cluster¹. Este tipo de análisis es la mejor manera de obtener agrupaciones naturales de individuos (http://biplot.usal.es/SPSS/CURSO_VERANO_AC.pdf).

Para la realización del análisis clúster se han utilizado algoritmos de agrupación jerárquicos (estructura progresiva en forma de árbol). Concretamente, dentro de las distintas posibilidades que los métodos jerárquicos aglomerativos ofrecen, se ha empleado, como es frecuente en la literatura científico-académica por la validez y fiabilidad de sus resultados el Método de Ward (Trochin, 1989). Éste método posee, entre otras ventajas, una tendencia a generar conglomerados pequeños y muy equilibrados en tamaño (http://www.uam.es/personal_pdi/economicas/rmc/documentos/cluster.PDF).

El principal programa informático empleado para la obtención de los resultados anteriores ha sido el SPSS en su versión 17.0 para PC, un paquete estadístico que contiene tanto las rutinas para la realización del análisis clúster como un programa gráfico que permite obtener de manera automática el dibujo de los clusters mediante un dendrograma. Las diferencias en la presencia y ponderación de los diversos campos de conocimiento resultantes en los diversos clusters se muestran a través de una representación mediante gráficos radiales. Con ello se consigue una adecuada simplicidad y facilidad de representación así como de interpretación de los resultados alcanzados.

La población objeto de análisis ha consistido en los planes de estudio (tanto de grado como diplomatura) de las doce universidades citadas previamente. En relación a las variables o criterios de agrupación elegidos, debe destacarse que de los diferentes elementos que se podían emplear (materias de estudio, naturaleza del crédito, número de créditos, etc.), se ha optado por analizar el peso porcentual en créditos que cada una de un total de doce áreas de conocimiento tienen en cada uno de los planes. Para ello se ha diferenciado entre asignaturas troncales/obligatorias y optativas/de libre configuración. El motivo de analizar datos porcentuales en vez de absolutos se debe al hecho de que la duración de los estudios y por tanto el número de créditos varía mucho entre los grados y diplomaturas, así como entre diversas universidades, especialmente en el caso de las asignaturas optativas/de libre configuración.

3. RESULTADOS

Se han realizado dos análisis cluster sobre un total de 24 planes de estudio (12 de diplomaturas y 12 de grado) correspondientes a 12 universidades españolas. El primero de ellos sobre las asignaturas troncales/obligatorias y el segundo sobre las optativas/de libre configuración. Con el fin de realizar una adecuada comparativa entre ellas se ha utilizado el criterio de su peso medido en créditos sobre el total de las asignaturas correspondientes. Dada la amplia variedad de asignaturas, éstas se han agrupado en un total de 12 áreas de conocimiento (ver Tabla 1), destacando entre ellos por su mayor peso los de Administración y

¹ Para un estudio más detallado del proceso ver Díez et al (2008, pp. 114-118).

Marketing, los de Geografía, Historia, Arte y Arqueología, así como los de Filología, tanto en el caso de las materias troncales/obligatorias como en el de las de libre configuración/optativas.

El motivo para hacer un doble análisis radica en que la diferencia entre las materias objeto de estudio de los alumnos de las distintas instituciones vienen marcados fundamentalmente por el conjunto de asignaturas obligatorias y troncales de los correspondientes planes de estudios, pues éstas deben ser cursadas por todos los estudiantes, en tanto que las optativas o de libre configuración pueden aumentar o disminuir la divergencia entre las titulaciones obtenidas entre los diversos planes en función de las decisiones personales de los alumnos.

Áreas de Conocimiento
Administración y MK
Contabilidad y Finanzas
Derecho
Matemáticas y Estadística
Economía
Filología
Geografía, Historia, Arte, Arqueología
Psicología, Sociología, Filosofía y Antropología
Informática
Ecología
Bioquímica, Biología Molecular, Nutrición y Bromatología
Construcciones arquitectónicas

Tabla 1: Áreas de Conocimiento analizadas. Fuente: Elaboración Propia

Universidades	Créditos Obligatorios/Troncales	C. Libre Config/optativas
Alicante (N) ²	1	1
Valencia (N)	1	1
Complutense de Madrid (N)	1	1
Carlos III de Madrid (N)	1	1
Illes Balears (N)	1	1
Rey Juan Carlos (V) ³	1	1
Complutense de Madrid (V)	1	1
Las Palmas (N)	1	2
Rey Juan Carlos (N)	1	2
Escola Universitària de Turisme (U. de Girona) (V)	1	2
Illes Balears (V)	1	2
Las Palmas (V)	1	2
Univesitat Oberta de Catalunya (V)	1	2
Autónoma de Madrid (N)	1	3
Autónoma de Madrid (V)	1	3
Univesitat Oberta de Catalunya (N)	2	1

² N= Plan de Estudios correspondiente al Grado de Turismo.

³ V= Plan de Estudios correspondiente a la Diplomatura de Turismo

Sevilla (N)	2	2
Alicante (V)	3	2
Carlos III de Madrid (V)	3	2
Sevilla (V)	3	2
Universidad Autónoma de Barcelona (V)	3	2
Valencia (V)	3	4
Universidad Autónoma de Barcelona (N)	4	1
Escola Universitària de Turisme (U.de Girona) (N)	4	2

Tabla2: Clústers. Fuente: Elaboración Propia

El primer análisis cluster es el referido a las asignaturas troncales/obligatorias. Este análisis nos permite apreciar la existencia de cuatro clusters claramente diferenciados. Un primer cluster (cluster 1), incluiría más del 60% de los planes de estudio analizados (15 de los 24), ocho de ellos de grado (66%) y 7 de diplomatura. Cinco de las universidades presentes en dicho cluster lo están en tanto en el caso de sus planes nuevos como en el de los antiguos, lo cual demuestra una homogeneidad en la evolución de sus planes de estudios en lo relativo al peso de las diversas materias. Este es el caso de las universidades Autónoma y Complutense de Madrid, Illes Balears, Las Palmas y Rey Juan Carlos I. Por el contrario, el segundo y cuarto cluster recogen dos planes de grado cada uno de ellos, en tanto que el tercero solamente incluye el resto de planes de diplomatura (5 de ellos).

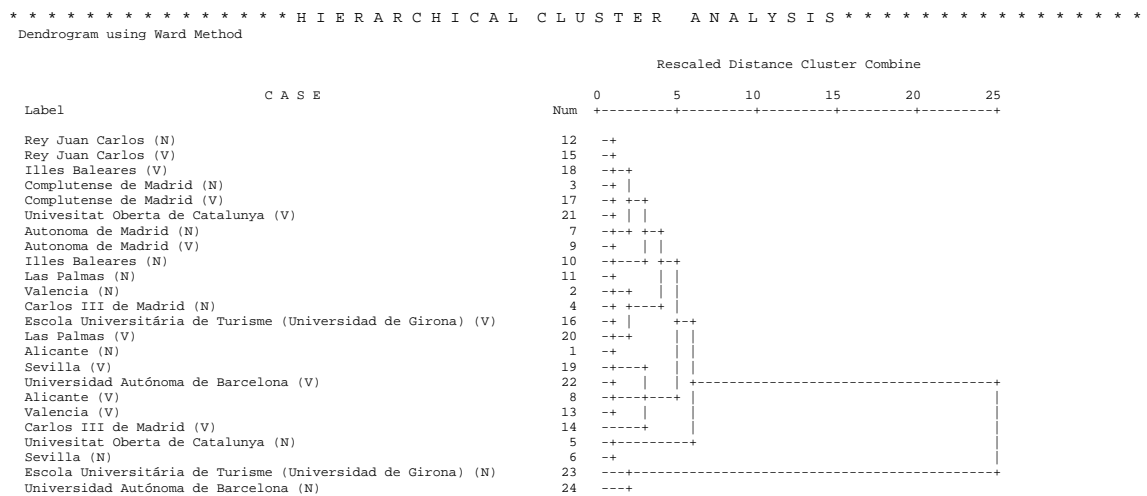


Figura 1: Análisis clúster de asignaturas obligatorias/troncales. Fuente: Elaboración Propia

El primer clúster se caracteriza como se puede apreciar en el Gráfico 1 por el bajo peso alcanzado por las materias de Administración de Empresas y Marketing (segundo cluster con media más baja) y una cercanía bastante grande en el conjunto de los conocimientos a la media de los 24 planes analizados.

El tercer clúster está integrado por el resto de estudios de diplomatura en turismo. Los nuevos planes de grado de las universidades de este grupo aparecen clasificados en los otros tres clústeres, produciéndose por tanto una mayor dispersión entre los nuevos planes respecto a los antiguos en dichas universidades. Como característica a destacar de los planes incluidos

en este clúster se encuentra el reducido peso que los tres grupos de conocimientos más importantes en el conjunto de los planes de estudio de turismo: Administración y Marketing, los de Geografía, Historia, Arte y Arqueología, así como los de Filología. En todos ellos su valor medio es el inferior.

La segunda agrupación (cluster 2), formado por los nuevos planes de las universidades de Sevilla y Oberta de Cataluña, se caracteriza por el elevado peso relativo de Administración y Marketing (33,75%, el segundo más elevado), el relativamente bajo peso del área de conocimiento de Filología (por debajo de la media solo por delante del clúster 3) y la práctica desaparición de las enseñanzas de Contabilidad y Finanzas.

Creditos asignaturas obligatorias/trocales

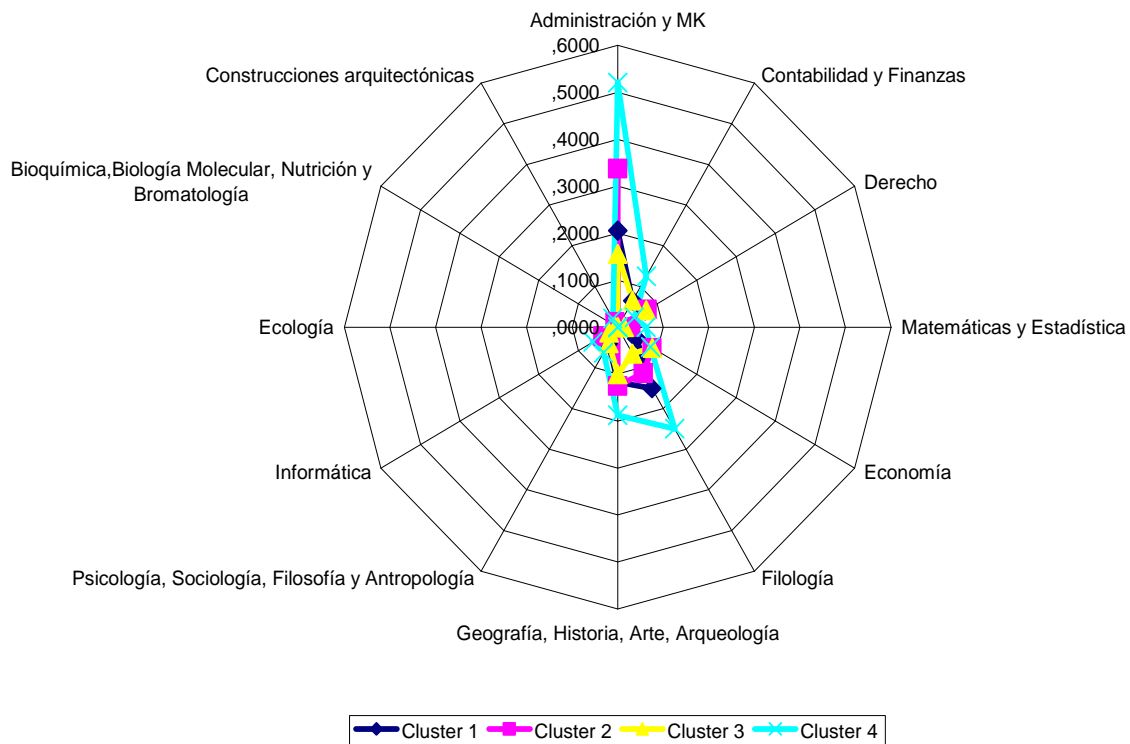


Gráfico 1: Porcentaje medio de créditos por áreas de conocimiento y clúster. Fuente: Elaboración Propia

El cuarto y último clúster, integrado por los planes nuevos de la Universidad Autónoma de Barcelona y de la Escola Universitària de Turisme (Universidad de Girona), se caracteriza por ser el de mayor peso de las materias de Administración y Marketing (52%), Filología (25%) y Geografía, Historia, Arte y Arqueología (18,75%), que a su vez eran aquellos con más peso en el conjunto de las titulaciones analizadas, siendo muy reducida la participación de las otras nueve áreas de conocimiento (menos del 5% en conjunto).

El segundo análisis clúster es el referido a las materias optativas o de libre configuración. Estas materias permiten que los alumnos personalicen su titulación para adecuarla en mayor medida a sus gustos y futuro profesional mediante la especialización gracias a la elección de aquellas que consideren más convenientes. Una vez más se han escogido los cuatro clústeres más representativos. El primer clúster incluye nueve titulaciones (seis de grado y tres de diplomatura), el segundo doce (cinco de grado y siete de diplomatura), siendo el tercero y cuarto aquellos que cuentan con menos componentes (2 y 1) respectivamente. Es de destacar que en el caso de las asignaturas optativas/de libre configuración más de la mitad de las 12 universidades analizadas clasifican sus planes de grado y de licenciatura en el mismo cluster (ver Figura 2).

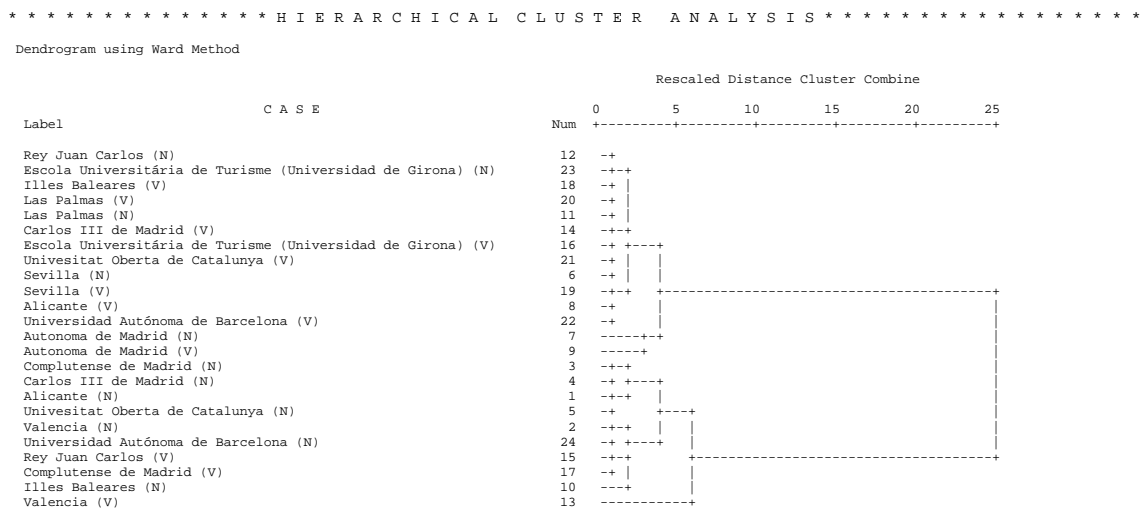


Figura 2: Análisis clúster de asignaturas optativas/libre configuración. Fuente: Elaboración Propia

Analizando el peso de las diversas áreas de conocimiento en cada uno de los clusters (Gráfico 2) se puede apreciar que el clúster número 1, el segundo más numeroso en su conjunto y primero entre los estudios de grado, se caracteriza por su elevado peso de las asignaturas de Administración de Empresas y Marketing entre sus optativas/de libre configuración, con un valor unas cuatro veces superior a los de los clústeres 3 y 4. En el resto de materias se encuentra cercano a la media o en posiciones inferiores. El clúster 2, que incluye a la mitad de los planes de estudio analizados se caracteriza por su oferta cercana a la media en casi todos los campos de estudio, excepto el de Administración y Marketing, donde obtiene un valor de la mitad de la media del conjunto de titulaciones. El clúster número tres, que solamente incluye los dos planes de estudio de la Universidad Autónoma de Madrid se caracteriza por la baja oferta de materias optativas en el campo de la Administración y el Marketing (5% frente a un 12,6% de media) y al elevado peso de Filología y Geografía, Historia, Arte y Arqueología, con una oferta entre dos y tres veces superior. Por último, el clúster número 4 se encuentra únicamente la titulación de Diplomatura en turismo de la Universidad de Valencia, destacando por la alta concentración de oferta de optativas en cinco de las doce

áreas de conocimiento analizadas, destacando las de Economía, Administración y Marketing y Contabilidad y Finanzas.

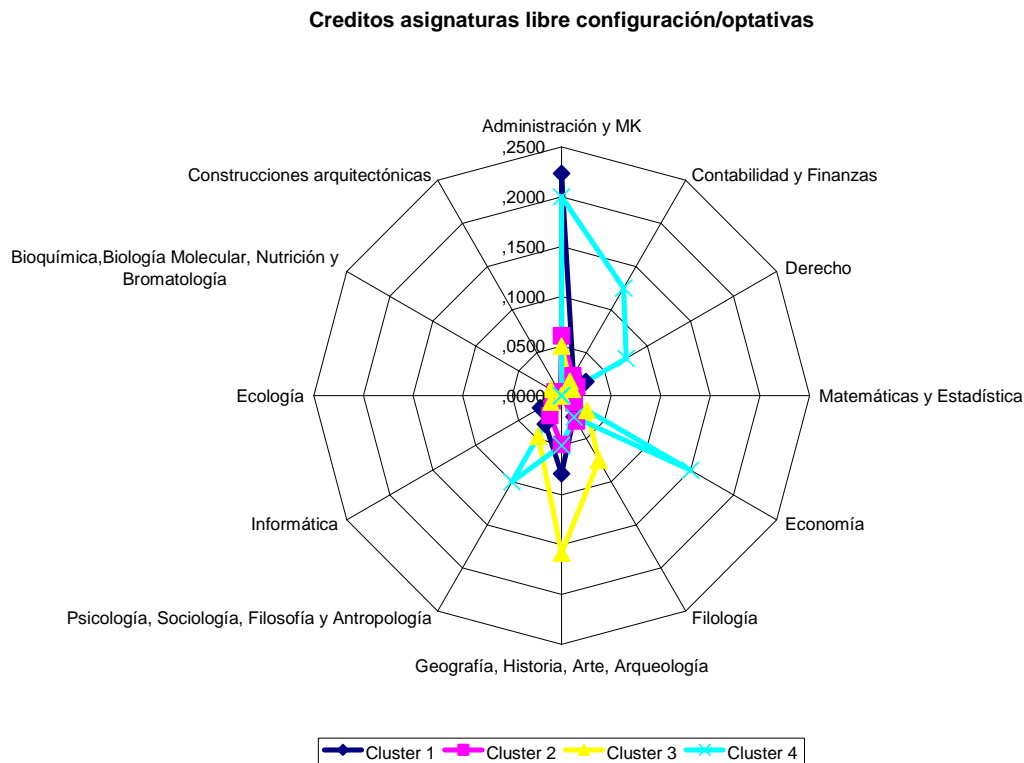


Grafico 2: Porcentaje medio de créditos por áreas de conocimiento y clúster. Fuente: Elaboración Propia

4. CONCLUSIONES

La implantación del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES), con su nuevo sistema de créditos (ECTS) ha supuesto una importante reforma en la enseñanza superior y, por ende de la enseñanza universitaria (metodología docente, sistemas de evaluación, asignación de profesores al PAAD, reparto de créditos, distribución espacial, cambios en los órganos de gobierno y en los planes de estudios...).

Una institución que, a groso modo, se ha visto abocada a hacer frente y superar los cambios acaecidos en su entorno, incluso una importante crisis económica y financiera como la actual, con todo lo que hecho conlleva de cara a los recursos y medios, la importancia de adecuar educación a necesidades sociales, de adaptar sus estrategias y metodologías docentes al ritmo vertiginoso de las TIC, tratando de hacer un uso eficiente de los escasos recursos disponibles, y preparando los profesionales del futuro, en el caso que nos ocupa, del sector turístico.

En base a lo anterior y, con el propósito de mostrar el cambio experimentado en la enseñanza superior a lo largo del arduo proceso de reforma iniciado con Bolonia en aras a la consecución final de la excelencia docente, se han realizado dos análisis clúster sobre un total

de 24 planes de estudio (12 de diplomaturas y 12 de grado) correspondientes a 12 universidades españolas. El primero de ellos sobre las asignaturas troncales/obligatorias y el segundo sobre las optativas/de libre configuración, agrupadas en un total de 12 áreas de conocimiento destacando entre ellos por su mayor peso la de Administración y Marketing, la de Geografía, Historia, Arte y Arqueología, así como la de Filología.

El primer análisis clúster, referido a las asignaturas troncales/obligatorias, permite apreciar la existencia de cuatro grupos claramente diferenciados. Un primer clúster incluye más del 60% de los planes de estudio analizados. Cinco de las universidades presentes en dicho clúster lo están en tanto en el caso de sus planes nuevos como en el de los antiguos, lo cual demuestra una continuidad en la evolución de sus planes de estudios. En él destaca el bajo peso relativo de las materias de Administración de Empresas y Marketing. El segundo y cuarto clúster recogen dos planes de grado cada uno de ellos y se caracterizan por el elevado peso de algunas materias respecto a la media, especialmente el campo de Administración y Marketing. El tercer clúster está integrado por el resto de estudios de diplomatura en turismo, obteniendo una baja ponderación de las tres áreas de estudio más comunes.

El segundo análisis clúster es el referido a las materias optativas o de libre configuración. En este segundo análisis hay dos clústeres (1y 2) con muchos elementos (9 y 12 planes) y otros dos con pocos elementos. El clúster número 1 se caracteriza por el elevado peso de las asignaturas de Administración de Empresas y Marketing con un valor unas cuatro veces superior a los de los clústeres 2 y 3. El Clúster 2 destaca por su oferta cercana a la media en casi todos los campos de estudio, excepto el de Administración y Marketing, donde obtiene un valor de la mitad de la media del conjunto de titulaciones.

5. BIBLIOGRAFÍA

Antón Ares, P., Zubillaga del Río, A. y otros (2005). "La formación del profesorado para la implantación de las TICs como soporte a los nuevos modelos derivados del espacio Europeo de Educación Superior (EEES)", I Jornadas TIC en la UNED.

Balagué Puxan, F. (2007). "Recursos tecnológicos y profesorado universitario en el marco del EEES", Revista Electrónica Teoría de la Educación. Educación y Cultura en la Sociedad de la Información. 8 (1).

Carrasco Pradas, A.; Gracia Expósito, E. y De la Iglesia Villasol, C. (2005). "Las TIC en la construcción del espacio europeo de educación superior. Dos experiencias docentes en teoría económica", Revista Iberoamericana de Educación, 36(1), 1-15.

Díaz Fernández, M. C. y Quirós Tomás, F. J. (2009). "La adaptación al Espacio Europeo de Educación Superior del sistema de evaluación en operaciones procesos de producción", Jornadas sobre Experiencias Docentes, 2 de Diciembre, Sevilla, 199-215.

Documento-Marco (2003). La integración del Sistema Universitario Español en el Espacio Europeo de Enseñanza Superior, Documento-Marco, Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, Febrero 2003.

http://biplot.usal.es/SPSS/CURSO_VERANO_AC.pdf (5 Junio 2012).

http://www.uam.es/personal_pdi/economicas/rmc/documentos/cluster.PDF (13 Enero 2012).

Espasandín Bustelo, F.; Díaz Fernández, M. C. y Quirós Tomás, F. J. (2010). "Higher Education of Tourism in Spain and Its Adaptation to The European Higher Education Area", *BRAZILIAN PUBLIC ADMINISTRATION REVIEW*, 44 (5), 1191-223.

Gamero Gómez, S. (Coordinador) (2009). *Competencias Profesionales para los universitarios de la Universidad de Sevilla*, Junta de Andalucía, Conserjería de Innovación, Ciencia y Empresa y Universidad de Sevilla, Depósito Legal: SA-96-2009.

García Manjón, J.V. y Pérez López, M.C. (2008). "Espacio Europeo de Educación Superior, competencias profesionales y empleabilidad", *Revista Iberoamericana de Educación*, ISSN: 1681-5653, 46, 9 – 10 de septiembre de 2008.

González, J. y Pagani, R. (2009). "Declaración de Bolonia: Adaptación del Sistema Universitario Español a sus directrices", en <http://www.us.es/include/frameador2.php?url=/us/temasuniv/espacio-euro>, en *Temas Universitarios US (EEES)*.

Pittinsky, M. (comp.) (2006). *La universidad conectada. Perspectivas del impacto de Internet en la educación superior*. Málaga: Aljibe.

Puig, H. (2006). "Diseño de guías docentes según las competencias específicas de Turismo", *Jornada sobre Competencias en Turismo y Evaluación de la Experiencia Piloto*, Escuela Universitaria de Estudios Empresariales, Universidad de Sevilla, 12 de mayo de 2006.

Severt, D.; Tesone, D.; Bottorff, T. y Carpenter, M. (2009): "A World Ranking of the Top 100 Hospitality and Tourism Programs", *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 33, 451-471.

Trochim, W. (1989). "An introduction to concept mapping for planning and evaluation", *Evaluation and program planning*, 12 (1), 1-16.