UNIVERSIDAD DE GRANADA

Grado en Turismo

Presentación

El título de Grado en Turismo de la Universidad de Granada ha sido diseñado para atender a las características propias de la actividad turística, su evolución, su continua y rápida transformación, y la aparición de nuevos retos como las mayores exigencias de calidad, los crecientes niveles de competitividad e internacionalización, y las demandas de sostenibilidad.

En consonancia con lo anterior, el objetivo general del título de Grado en Turismo es formar a profesionales capaces de realizar labores de gestión empresarial, promoción, comercialización y planificación turística, tanto en el conjunto de la organización como en cualquiera de sus áreas funcionales.

Para el desarrollo de estas labores y tomar decisiones, el futuro Graduado en Turismo debe contar con un amplio conocimiento de la situación actual del turismo en lo que se refiere a mercados, empresas, organizaciones (empresas e instituciones), destinos y productos, de modo que se consiga una adecuada gestión empresarial, territorial y patrimonial, que permita el aprovechamiento turístico de los recursos naturales y culturales, y de otra naturaleza.



FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES

Datos del título

- Fecha de publicación del título en el BOE: 19/02/2011
- Curso académico de implantación del título: 2010/2011
- Número de cursos en fase de implantación: Totalidad
- Rama de conocimiento: Ciencias Sociales y Jurídicas
- Duración del programa (créditos/años): 240 créditos / 4 años
- Tipo de enseñanza: presencial
- Lenguas utilizadas en la impartición del título: castellano
- Nivel de oferta y demanda de plazas y matrícula: Ver en Indicadores del Título de Grado
- Centro responsable del título: Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

Objetivos y competencias

Copyright© 2026 Universidad de Granada

El objetivo general del título de Grado en Turismo es formar a profesionales capaces de realizar labores de gestión empresarial, promoción, comercialización y planificación turística, tanto en el conjunto de la organización como en cualquiera de sus áreas funcionales. Para el desarrollo de estas labores y tomar decisiones deberá contar con un amplio conocimiento de la situación actual del turismo en lo que se refiere a mercados, empresas, organizaciones (empresas e instituciones), destinos y productos, de modo que se consiga una adecuada gestión empresarial, territorial y patrimonial, que permita el aprovechamiento turístico de los recursos naturales y culturales, y de otra naturaleza.

Agrupamos las competencias transversales (o genéricas) en instrumentales, personales y sistémicas:

- Instrumentales: Capacidad de análisis y síntesis; Capacidad de organización y planificación; comunicación oral y escrita en lengua nativa; conocimiento de una lengua extranjera; conocimientos de informática relativos al ámbito de estudio; capacidad de gestión de la información; resolución de problemas; toma de decisiones; y ser capaz de aplicar los conocimientos teóricos a la práctica.
- Personales: trabajo en equipo; trabajo en un equipo de carácter interdisciplinar; trabajo en un contexto internacional; habilidades en las relaciones interpersonales; reconocimiento a la diversidad y la multiculturalidad; razonamiento crítico; y compromiso ético.
- Sistémicas: aprendizaje autónomo; adaptación a nuevas situaciones; creatividad; liderazgo; conocimiento de otras culturas y costumbres; iniciativa y espíritu emprendedor; motivación por la calidad; sensibilidad hacia temas medioambientales; conocer y comprender la responsabilidad social derivada de las actuaciones económicas y empresariales.

A continuación se recogen las competencias específicas que el estudiante va a adquirir con el Grado en Turismo:

- Capacidad para gestionar un destino turístico o una organización (empresas e instituciones), así como de llevar a cabo la promoción y comercialización, y la planificación turística, tanto en el conjunto del destino turístico o de la organización, como en cualquiera de sus áreas funcionales.
- Comprender los principios del turismo e identificar sus distintas dimensiones, de modo que consiga la capacidad de desarrollar una adecuada gestión empresarial, territorial y patrimonial, que permita el aprovechamiento turístico de los recursos naturales y culturales, y de otra naturaleza, de acuerdo con los principios de sostenibilidad económica, social y medioambiental.
- Capacidad para trabajar en una organización turística adoptando una orientación hacia el cliente y estableciendo relaciones satisfactorias basadas en la generación de conocimiento y el manejo de técnicas de comunicación e idiomas.

Copyright© 2026 Universidad de Granada