

4. ACCESO Y ADMISIÓN DE ESTUDIANTES

4.1 SISTEMAS DE INFORMACIÓN PREVIO A LA MATRICULACIÓN

La secretaria de Postgrado es la Unidad encargada de publicitar y proporcionar la información y requisitos de acceso a los distintos estudios de postgrado ofertados por la Universidad, previos a la matriculación de los futuros estudiantes. Dicha información se realiza a través de la publicación de folletos informativos, así como en la Web de la Universidad (www.ucam.edu). Así como, telefónicamente y por correo electrónico se ofrecerá al futuro estudiante toda la información necesaria para llevar a cabo con éxito su proceso de matriculación.

Este servicio presta información personalizada de los distintos servicios que ofrece la Universidad (Biblioteca, Cafetería, Comedor, Deportes, Actividades extraacadémicas, etc.).

La Secretaría de Postgrado, junto con los responsables académicos de la titulación, se encarga de la preparación de los procedimientos virtuales de acogida y orientación en sus planes de estudios, con el objeto de facilitar la rápida incorporación a nuestra Institución. Para ello, el Equipo Directivo de la titulación grabará un video explicativo que se publicará en el campus virtual titulado: “Acogida al Estudiante”.

La promoción de la oferta de estudios de la Universidad se realiza de varias formas: la información que proporciona la Web de la Universidad (www.ucam.edu/turismo); la publicidad a través de distintos medios de comunicación, regionales y nacionales (prensa escrita, radio y televisión), por medio de visitas programadas a institutos o centros de educación secundaria; así como las llevadas a cabo por dichos centros en visita a las instalaciones de la propia Universidad. También la labor de promoción se lleva a cabo con una destacada presencia en distintas ferias educativas y salones formativos, que tienen lugar en la propia Región de Murcia y a lo largo de distintos puntos de la geografía española.

De acuerdo con las previsiones del R.D. 69/2.000, de 21 de enero, por el que se regulan los procedimientos de selección para el ingreso en los centros universitarios de los estudiantes que reúnan los requisitos legales necesarios para el acceso a la Universidad, a partir del curso 2.003-2.004 quedó implantado el distrito abierto, por lo que los estudiantes que reúnan los requisitos específicos exigidos por la legislación vigente para el acceso a los mismos, que vayan a cursar primer ciclo de estudios universitarios, podrán solicitar plaza en cualquier Universidad con independencia de aquella en la que hayan superado la prueba de acceso. La ordenación y adjudicación de las plazas se realizará de acuerdo con las prioridades y los criterios de valoración establecidos con carácter general.

Podrán solicitar la admisión para el inicio de estudios de postgrado en el **Máster en Innovación y Marketing Turístico / Master's Degree in Innovation and Tourism Marketing** de acuerdo con estas instrucciones generales, quienes se encuentren en alguna de las circunstancias siguientes:

1. Estar en posesión de un título universitario o equivalente, que habilite para el acceso a la Universidad.

2. Cumplir los requisitos académicos exigidos en los respectivos sistemas educativos nacionales para acceder a la universidad, para los estudiantes procedentes de sistemas educativos de Estados miembros de la Unión Europea y estudiantes procedentes de sistemas educativos de Estados que no sean miembros de la Unión Europea y que hayan suscrito Acuerdos internacionales aplicables a este respecto, en régimen de reciprocidad. [Art. 38. 5 de la Ley Orgánica 2/2.006, de 3 de mayo, de Educación, y artículo 17.3 R.D. 806/2.006, de 30 de junio].
3. Los alumnos accederán al Título de **Máster en Innovación y Marketing Turístico / Master's Degree in Innovation and Tourism Marketing** atendiendo a lo expuesto en el R.D. 861/2010, de 2 de julio, por el que se modifica el R.D. 1.393/2.007, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales, así como el R.D. 861/2010.

4.1.1. Plan de orientación estudiantes potenciales del Máster para la modalidad presencial y a distancia

El objetivo principal es proporcionar, de forma concisa y clara, la mayor información posible sobre la titulación a cualquier estudiante potencial, con el fin de planificar su proceso de aprendizaje. Se ejecutará mediante la publicación de una Guía Académica Digitalizada específica para el título oficial del Máster en versión castellano e inglés.

En ella el futuro estudiante encontrará toda la información (en castellano e inglés) necesaria relativa al funcionamiento administrativo y académico de la Universidad y de la titulación del Máster Universitario, el futuro estudiante se podrá encontrar en esa guía: el plan de estudios, los horarios de tutorías de apoyo, las fechas de exámenes, la relación de profesores por materia y su e-mail de contacto, los horarios de tutoría individuales y los programas de cada una de las materias que conforman el plan de estudios.

Otro aspecto que se unirá a la Guía Académica será la Guía del Alumno del Campus Virtual (en versión castellano e inglés), con el objetivo de que el estudiante cuente con un procedimiento que le permita conocer todas las herramientas y procesos adicionales como el material docente que van a disponer, los servicios y los puntos de atención o ayuda al estudiante. De este modo el estudiante podrá llevar a cabo con éxito su aprendizaje.

4.1.2. Perfil de ingreso al Título

El perfil de ingreso al título debe ser un Graduado o Licenciado en distintas áreas de conocimiento, que quiera adquirir o ampliar sus conocimientos en el ámbito del diseño y la gestión de operaciones orientadas a la innovación y el marketing en el sector turístico.

Por lo tanto, debe ser un alumno que muestre interés por el sector turístico en su conjunto y por los procesos innovadores en la comercialización, creatividad, marketing, diseño de productos turísticos, distribución y comunicación. Así como que muestre interés por las nuevas tecnologías aplicadas en dicho sector.