



La Empresa y su
entorno

Grado en Turismo



UNIVERSIDAD
NEBRIJA

GUÍA DOCENTE

Asignatura: La Empresa y su entorno

Titulación: Grado en Turismo

Carácter: Básica

Idioma: Castellano / Inglés

Modalidad: Presencial

Créditos: 6

Curso: 1º

Semestre: 1º

Profesores/Equipo Docente: Prof. Dr. Jorge Hernando Cuñado; Azucena Martín Quevedo

1. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

1.1. Competencias

Generales

- CG 1. Capacidad de gestión de cualquier tipo de información
- CG 4. Capacidad para la solución de problemas
- CG 5. Adaptación a nuevas situaciones y estados de crisis
- CG 7. Desarrollo de trabajo en equipo
- CG 8. Facilidad de comunicación oral y escrita en la lengua nativa
- CG 9. Elevado razonamiento crítico
- CG 10. Ejercicio de la actividad laboral en equipos interdisciplinares
- CG 11. Conocimientos de lenguas modernas extranjeras

Específicas

CE.8. Definir objetivos, estrategias y políticas comerciales. Conocer y aplicar los conceptos y las teorías del marketing turístico, plan comercial y todo lo relacionado con oferta, demanda, producto y precio.

CE.12. Comunicarse de forma oral y escrita en una segunda y tercera lengua extranjera de forma que permita al estudiante establecer conversaciones básicas en el ámbito profesional del sector turístico

CE. 17. Utilizar y analizar las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) en los distintos ámbitos del turismo. Conocer las herramientas básicas que ofrece las nuevas tecnologías y ser capaz de implementarlas a las actividades turísticas. Ser capaz de manejar los medios de Internet y ofimáticos así como evaluar y diseñar la usabilidad de los mismos.

C.E.20. Conocer las principales iniciativas de puesta en valor del patrimonio cultural. Adquirir una sensibilidad para reconocer y analizar los recursos patrimoniales, y conocer los mecanismos de interpretación y difusión que los pongan en valor.

C.E.21. Comprender las características de la gestión del patrimonio cultural. Conocer y saber implementar las herramientas de planificación gestión y evaluación de la puesta en valor del patrimonio cultural desde el punto de vista turístico y la sostenibilidad.

Para una asignatura Básica como es esta también se contempla en la Memoria de Acreditación del título que el alumno adquirirá las siguientes competencias:

- Poseer y comprender conocimientos básicos de la Economía, Historia, Empresa, Estadística, Sociología, Idioma moderno, y Geografía, como materias que influyen e interactúan con la actividad turística.
- Aplicar dichos conocimientos a su trabajo profesional, obteniendo las competencias, habilidades y destrezas que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y resolución de problemas.

- Habilidad en la búsqueda de la información y capacidad de análisis, síntesis y juicio crítico.
- Capacidad para transmitir información, problemas, ideas y soluciones, adquiriendo habilidades de comunicación oral y escrita.
- Capacidad para trabajar en equipo.

1.2. Resultados de aprendizaje

Realización y superación de trabajos de profundización y síntesis a partir de búsqueda en las fuentes bibliográficas relacionadas con el ámbito de las Ciencias Sociales y Humanas. Demostración de conocimientos, habilidades y competencias a través de la superación de las pruebas finales, ordinaria y extraordinaria.

2. CONTENIDOS

2.1. Requisitos previos

Ninguno.

2.2. Descripción de los contenidos

Análisis del entorno general de la empresa en sus aspectos económico, político, social y tecnológico. Especial énfasis en el entorno económico, estudiando la naturaleza y objetivos de la empresa, los distintos tipos de empresa, sus diversas formas de desarrollo y sus interrelaciones con otros agentes económicos. Introducción a las distintas áreas funcionales de la empresa, buscando ofrecer una visión de conjunto de todas sus actividades.

La asignatura se presenta como una visión global de la empresa, tanto desde una perspectiva externa - su relación con el entorno - como desde una perspectiva interna - fundamentos de la gestión empresarial e introducción a las distintas áreas funcionales de la empresa.

2.3. Contenido detallado

1. INTRODUCCION A LA EMPRESA

La empresa y el empresario.

El papel y objetivos de la empresa

El papel del empresario en la economía

El espíritu emprendedor

Tipos de empresas

Ética empresarial y personal. Responsabilidad Social Corporativa en el sector turístico.

2. EL ENTORNO DE LA EMPRESA

Cambio y entorno

Competencia y competitividad

Agentes del entorno empresarial

El enfoque estratégico de la empresa

Formas de desarrollo de la empresa

3. FUNDAMENTOS DE DIRECCIÓN DE EMPRESAS

El papel de los directivos

Las funciones directivas

Tipos de dirección y estilos directivos

La toma de decisiones

Poder, autoridad e influencia

Liderazgo

Delegación y control

- 4. LA GESTIÓN DE RECURSOS HUMANOS**
 Motivación
 Información y comunicación interna
 Selección de personal
 Formación de personal
 Evaluación e incentivos
- 5. LA PRODUCCIÓN**
 La función de producción
 El diseño del sistema productivo
 La gestión del sistema productivo
- 6. EL MARKETING Y LA ACTIVIDAD COMERCIAL**
 La gestión de marketing en la empresa
 Análisis del mercado y la demanda
 Investigación e Información comercial
 El plan de marketing
 El producto
 La distribución
 El precio
 La comunicación
- 7. FINANZAS**
 La función financiera de la empresa
 El entorno financiero y las decisiones financieras
 Fuentes de financiación
 Política de inversiones
 El equilibrio financiero de la empresa

2.4. Actividades dirigidas

Durante el curso se podrán desarrollar algunas de las actividades, prácticas, memorias o proyectos siguientes, u otras de objetivos o naturaleza similares, que recibirán calificación:

- Actividad Dirigida 1 (AD1): Análisis DAFO empresa sector turístico
- Actividad Dirigida 2 (AD2): La RSC en el sector turístico

2.5. Actividades formativas

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	% de PRESENCIALIDAD
Clases de taller teórico- prácticas	45	30
Tutorías	10	6.6
Estudio Individual	45	30
Trabajo de asignatura	50	33.3

3. SISTEMA DE EVALUACIÓN

3.1. Sistema de calificaciones

El sistema de calificaciones finales se expresará numéricamente del siguiente modo:

- 0 - 4,9 Suspenso (SS)
- 5,0 - 6,9 Aprobado (AP)
- 7,0 - 8,9 Notable (NT)
- 9,0 - 10 Sobresaliente (SB)

La mención de "matrícula de honor" podrá ser otorgada a alumnos que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9,0.

3.2. Criterios de evaluación

Convocatoria ordinaria

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Participación, prácticas, proyectos o trabajo de asignatura	40%
Exámenes parciales	10%
Examen final	50%

Convocatoria extraordinaria

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Presentación de trabajos y proyectos (Prácticas individuales y trabajo en equipo)	30%
Examen final	70%

3.3. Restricciones

Calificación mínima

Para poder hacer media con las ponderaciones anteriores es necesario obtener al menos una calificación de 5 en la prueba final.

Asistencia

El alumno que, injustificadamente, deje de asistir a más de un 25% de las clases presenciales podrá verse privado del derecho a examinarse en la convocatoria ordinaria.

Normas de escritura

Se prestará especial atención en los trabajos, prácticas y proyectos escritos, así como en los exámenes tanto a la presentación como al contenido, cuidando los aspectos gramaticales y ortográficos. El no cumplimiento de los mínimos aceptables puede ocasionar que se resten puntos en dicho trabajo.

3.4. Advertencia sobre plagio

La Universidad Antonio de Nebrija no tolerará en ningún caso el plagio o copia. Se considerará plagio la reproducción de párrafos a partir de textos de auditoría distinta a la del estudiante (Internet, libros, artículos, trabajos de compañeros...), cuando no se cite la fuente original de la que provienen. El uso de las citas no puede ser indiscriminado. El plagio es un delito.

En caso de detectarse este tipo de prácticas, se considerará Falta Grave y se podrá aplicar la sanción prevista en el Reglamento del Alumno.

4. BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía básica

BUENO, EDUARDO: Curso básico de economía de la empresa, Ed. Pirámide, Madrid, 2002.
 CUERVO, ALVARO y otros: Introducción a la administración de empresas, Madrid, Ed. Civitas, 2ª Edición, 1996.
 CURBELO, J.L.; LÓPEZ DOMÍNGUEZ, I.: El arte de emprender. Madrid, Universidad Antonio de Nebrija, 2007.

DE BEAS, A.M.: Organización y administración de empresas, Madrid, Ed. McGraw Hill, 1993.
DIEZ DE CASTRO, EMILIO y otros: Introducción a la economía de la empresa (Vols. I y II), Madrid, Ed. Pirámide, 2002-1997.
SUAREZ, A.S.: Curso de economía de la empresa, Madrid, Ed. Pirámide, 1996.

Bibliografía recomendada

J.P. KOTTER, El liderazgo de Matsushita. Lecciones del empresario más destacado del siglo XX, Ed. Granica, 1998.
BILL GATES, Camino al futuro, Ed. McGraw Hill, 1996, (2ª edición).
L.M. HUETE, Servicios y beneficios, Ed. Deusto, 1997.
RICARDO SEMLER y J.I. LÓPEZ DE ARRIORTÚA Tú puedes, Ed. LID 2 010, 1997.
C. BARROSO CASTRO, Casos y Cuestiones de Economía de la Empresa, Ed. Pirámide, 1996.
J. GARCÍ DEL JUNCO et al, Casos Prácticos de Economía de la Empresa, Ed. Pirámide, 1998.
J. DÍEZ DE CASTRO, Administración de Empresas, dirigir en la sociedad del conocimiento, Ed. Pirámide, 2002.
KISHTAINY, N. (2011). El libro de la economía. Ed. Akal DK.