

Fundamentos de
la Empresa
Turística
**Grado en Turismo y
Empresas Turísticas**



GUÍA DOCENTE

Asignatura: Fundamentos de la Empresa Turística

Titulación: Grado en Turismo y Empresas Turísticas

Carácter: Básica

Idioma: Castellano / Inglés

Modalidad: Presencial

Créditos: 6

Curso: 1º

Semestre: 1º

Profesores/Equipo Docente: Prof. Dr. Fernando Tomé Bermejo

1. RESULTADOS DE APRENDIZAJE

1.1. Conocimientos y contenidos

K4. Know and explain the theoretical and practical concepts related to the creation, management and direction of tourism companies at the national and international level.

K5. Know the techniques and methods for the economic and financial analysis of tourism companies.

K6. Know the management, operations and processes of tourism companies (accommodation, intermediation, event organization, etc.) and the value of transformation and data.

1.2. Habilidades y destrezas

S1. Interpretar datos cualitativos y cuantitativos que sean relevantes para la toma de decisiones en el ámbito turístico.

S3. Handle internal and external analysis techniques and financial methods for the creation, management and direction of tourism companies.

S6. Use information and communications technologies (ICT) in the academic field and in the different areas of tourism.

1.3. Competencias

C1. Recurrir a las técnicas y métodos aprendidos para tomar decisiones en la práctica de la profesión, sea en empresas del sector turismo o instituciones públicas.

C2. Transmitir a todo tipo de audiencias, nacionales e internacionales, de manera clara y precisa conocimientos y soluciones para los problemas que se plantean en el mundo empresarial o en los destinos turísticos.

C3. Participar en proyectos técnicos en el ámbito turístico, asumiendo responsabilidades en la toma de decisiones y en la gestión de equipos.

C4. Producir soluciones creativas para satisfacer las necesidades que planteen los actores del sector turístico, o que emergan a raíz de situaciones imprevistas.

2. CONTENIDOS

2.1. Requisitos previos

No se considera ninguno en especial.

2.2. Descripción de los contenidos mínimos

- Introducción a la Empresa y al Sector Turístico: Conceptos Fundamentales
- Análisis del Entorno Empresarial en el Turismo: Aspectos Económicos, Sociales, Políticos, Tecnológicos y Medioambientales
- Principios Básicos de Administración y Gestión Empresarial en el Contexto Turístico
- Áreas Funcionales de la Empresa Turística
- Gestión productiva, comercial, financiera y contable en la Empresa Turística

2.3. Contenido detallado

Presentación de la asignatura

Explicación de la Guía Docente

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

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
Analís 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
8. LA DIRECCIÓN GENERAL
Estrategia y política de empresa
Concepto y desarrollo de la idea de negocio

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:

Actividad Dirigida 1 (AD1): Despues de cada tema los estudiantes deberán exponer un trabajo grupal

2.5. Actividades formativas

ACTIVIDADES FORMATIVAS	Horas totales	(% presencialidad) Horas presenciales (8-12)
AF1 – Clases magistrales	30	30 (100%)
AF2 – Clases prácticas. Seminarios y talleres	15	15 (100%)
AF3 – Tutorías	4	2 (50%)
AF4 – Trabajo individual y en grupo del estudiante	9	0 (0%)
AF5 – Estudio individual y trabajo autónomo	90	0 (0%)
AF6 – Evaluación	2	2 (100%)
Total	150	49

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
SE1 – Participación, prácticas, proyectos o trabajo de la asignatura	40%
SE2 – Examen parcial (opcional)	10%
SE3 – Examen final	50%

Convocatoria extraordinaria

Sistemas de evaluación	Porcentaje
SE1 – Participación, prácticas, proyectos o trabajo de la asignatura	30%
SE3 – 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 el examen 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.

-Falta ortográfica leve: -0,1 (tildes, puntuación, mayúsculas, etc.)

-Falta ortográfica grave: -0,5 (estructura y contenido, palabras ininteligibles)

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 literales no puede ser indiscriminado. **El plagio es un delito.**

Se usará el sistema APA (American Psychological Association) para las citas y referencias bibliográficas en todos los trabajos.

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:

BARROSO CASTRO, C. (Coords) (2012). *Economía de la Empresa*. Pirámide. Madrid.

CASANOVA, R., & VILLAR, L. (2019). *Introducción a la gestión de empresas turísticas*. Editorial Síntesis. Madrid.

FUENTES, M.; CORDÓN, E. (Coords) (2014). *Fundamentos de dirección y administración de empresas*. Pirámide. Madrid.

ROBBINS, S.P. y JUDGE, T.A. (2017). *Comportamiento Organizacional*. Pearson. México.

Bibliografía recomendada:

FERREL.O.C.; HIRT, G. y FERREL. L (2022). *M: Business*. McGrawHill

GATES. B. (2021). *How to avoid a climate disaster*. Penguin.

GUTIÉRREZ, O. (2016). *Fundamentos de Administración de Empresas*. Pirámide, Madrid.

KISHTAINY, N. (2011). *El libro de la economía*. Ed. Akal DK

KOTLER, P; KARTAJAYA H. y SETIAWAN.I. (2021). *Marketing 5.0*. LID Editorial

KOTTER, J.P. (2012) *Leading change*. Harvard Business Review.

RICO, M.G. Y SACRISTÁN, M. (2017): *Fundamentos Empresariales*. Esic Editorial, Madrid.