

A large, light gray, stylized profile of a man wearing a cap and a fur collar, facing right. This graphic is partially overlaid by a red rectangle on the left side of the page.

Evaluación de
proyectos hoteleros
Grado en Turismo



UNIVERSIDAD
NEBRIJA

GUÍA DOCENTE

Asignatura: Evaluación de proyectos hoteleros

Titulación: Grado en Turismo

Carácter: Optativa

Idioma: Castellano

Modalidad: Presencial

Créditos: 6

Curso: 4º

Semestre: 2º

Profesores/Equipo Docente: Prof. Pilar Calleja Fernández

1. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

1.1. Competencias

Competencias generales:

- CG 2. Motivación por la calidad de los servicios prestados
- CG 3. Compromiso ético con los clientes y las empresas
- CG 4. Capacidad para la solución de problemas
- CG 7. Desarrollo de trabajo en equipo
- CG 10. Ejercicio de la actividad laboral en equipos interdisciplinarios

Competencias específicas:

CE 7. Gestionar los recursos financieros en cuanto al desarrollo y explotación de las empresas turísticas. Conocer las principales fuentes de financiación que permitan tomar decisiones en las inversiones de una actividad turística. Aplicar una adecuada metodología para la planificación y gestión financiera de una empresa del sector.

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 9. Dirección, organización y gestión de entidades turísticas. Conocer y manejar con soltura los conceptos relativos a la creación, dirección e innovación de la empresa turística así como sus distintos modelos. Ser capaz de planificar y organizar los diferentes departamentos de una empresa aplicando los principios básicos de la dirección estratégica empresarial.

CE 14. Gestionar el crecimiento turístico bajo los condicionantes del desarrollo sostenible. Conocer los principios básicos de la sostenibilidad. Relacionar estos conocimientos con la actividad turística diseñando estrategias de desarrollo turístico sostenible.

CE 15. Conocer el procedimiento operativo del ámbito del alojamiento y la restauración. Conocer, comprender y aplicar la terminología básica y los distintos modelos de actividades ligadas a los alojamientos y a la restauración.

1.2. Resultados de aprendizaje

El alumno demostrará poseer los conocimientos para planificar, gestionar y evaluar un proyecto empresarial hotelero por medio de las pruebas objetivas, el análisis de casos prácticos y los trabajos en los que se verá implementada todo el bagaje teórico y metodológico aprendido por el estudiante.

2. CONTENIDOS

2.1. Requisitos previos

No se consideran ninguno en especial, a excepción de tener superadas las asignaturas de la materia Fundamentos Turísticos.

2.2. Descripción de los contenidos

La asignatura prepara al alumno en las diferentes etapas que integran el desarrollo de un proyecto turístico hotelero, dotándole de los instrumentos técnicos y experiencias para conseguir, que la elección de los componentes del proyecto sean los adecuados (localización, dimensión, inversión, financiación, etc.).

2.3. Contenido detallado

PLAN DE NEGOCIO PARA PUESTA EN MARCHA DE UN HOTEL TIPO BOUTIQUE. PARTE PRIMERA.

En la 1ª fase del proyecto, se definen las características internas de un hotel, según aquellas ideadas por cada alumno (posible emprendedor), su geoposicionamiento, y análisis de todas aquellas fases que conforman su salida al mercado, a la espera de desarrollar la 2ª parte del plan económico-financiero.

- I. **ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN INTERNA**
- II. **ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN EXTERNA**
- III. **PLAN DE MARKETING**
- IV. **MARKETING MIX**
- V. **DAFO**
- VI. **OBJETIVOS**

PLAN DE NEGOCIO PARA PUESTA EN MARCHA DE UN HOTEL. PARTE SEGUNDA.

En esta 2ª fase se desarrolla un estudio económico – financiero que dará como resultado la viabilidad o no del proyecto definido.

1. INVERSIÓN

- 1.1 Terreno
- 1.2 Construcción
- 1.3 Equipamiento zonas comunes
- 1.4 Equipamiento habitaciones
- 1.5 Equipamiento cocina y comedor
- 1.6 Otros a invertir
- 1.7 Inversión total (desglose)

2. ESTRUCTURA FINANCIERA

- 2.1 Plan de financiación.
Consejos útiles

- 3. EXPLOTACION**
- 3.1 INGRESOS**
- 3.2 SALARIOS Y RRHH**
- 3.3 COSTES DIRECTOS**
- 3.4 COSTES GENERALES**
- 3.5 ESTADOS FINANCIEROS**
- 3.6 CASH FLOW**
- 3.7 AMORTIZACIONES**
- 3.8 PRÉSTAMO**
- 3.9 CONCLUSIONES**

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): BUSINESS PLAN

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	50%
Exámenes parciales	0%
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 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.

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:

Izaguirre Sotomayor, M. H (2014). Gestión y marketing de servicios turísticos y hoteleros. Ecoe Ediciones.

Biosca Vidal, D. (2004). 125 Ideas para bajar costes en la hostelería. Barcelona: Gestión 2000.

Broto, C. (2013). Diseño de hoteles:1000 ideas. Barcelona.

Hudson, J. (2010). Arquitectura de interiores: del boceto a la construcción [traducción, Roberto R. Bravo].Barcelona: Blume.

Entrevista a Antonio Catalán, Presidente de AC Hoteles [Texto impreso]: claves para el presente y el futuro del sector, Luis Vives.

Bibliografía complementaria:

Albarellos, A. (2019): Marketing de Experiencias y Emociones en Hotelería: Ideas para lograr ventajas competitivas sostenibles en servicios hoteleros.

Fernández Casado, A. (2014). Manual práctico de dirección de hoteles, marketing y ventas online del siglo XXI (La Catedra Hotelera).

López-Chicheri Mirecki, J. (2018). La nueva Distribución Hotelera: Todo lo que debes saber. Círculo Rojo editorial.

Sociás Salvá, A.; Horrach Roselló, P.; Mulet Forteza, C.; Llull Gilet, A.; Herranz Bascones, R.; Pons Florit, D.; Jover Arbona, G.; Nadal Jomar, B. (2018). Contabilidad financiera: El Plan General de Contabilidad. Supuestos. (Economía y Empresa). Ed Piramides.

Gallardo, F. (2016). Tendencias hoteleras para 2016: Las grandes transformaciones que se esperan en la industria de la hospitalidad.