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. Fernando Tomé Bermejo

1. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

1.1. Conocimientos y Contenidos

K1. Conocer los fundamentos del turismo así como comprender su carácter transversal a través del estudio de sus diferentes dimensiones: económica, espacial, social, cultural, medioambiental, legal, etc.

K3. Conocer desde un punto de vista teórico y práctico los rasgos léxicos, sintácticos y discursivos de lenguas extranjeras orientados al turismo.

K5. Conocer las técnicas y métodos para el análisis económico y financiero de las empresas turísticas.

K8. Conocer desde un punto de vista teórico y práctico los mecanismos para la adecuada gestión de destinos turísticos, desde la política turística, la planificación, los modelos de desarrollo, recusos, tipologías turísticas, impactos generados por el turismo, la sostenibilidad de los destinos.

K10. Conocer las técnicas de innovación, digitalización y las nuevas tecnologías que se aplican en los productos, servicios y destinos turísticos.

1.2. Habilidades y Destrezas

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

S2. Aplicar los instrumentos de gestión sostenible y modelos para la planificación y gestión de destinos turísticos.

S3. Manejar técnicas de análisis interno y externo y métodos financieros para la creación, gestión y dirección de empresas turísticas.

S4. Usar con fluidez los conocimientos de lenguas extranjeras para el intercambio de información relativa al turismo.

S5. Aplicar habilidades de gestión del tiempo, de comunicación, liderazgo y gestión de equipos en turismo.

S6. Utilizar las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) en el ámbito académico y en los distintos ámbitos del turismo.

S7. Integrar los principios y valores democráticos y los Objetivos de Desarrollo Sostenible en el proceso de generación de proyectos turísticos.

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.

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 TURÍSTICA**
   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 EN EL SECTOR TURISMO**
   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 EN SEL SECTOR TURISMO**
   Motivación
   Información y comunicación interna
   Selección de personal
   Formación de personal
   Evaluación e incentivos

5. **LA PRODUCCIÓN Y LOS SERVICIOS TURÍSTICOS**
   La función de producción
   El diseño del sistema productivo
   La gestión del sistema productivo

6. **EL MARKETING Y LA ACTIVIDAD COMERCIAL TURÍSTICA**
   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 BÁSICAS PARA EL TURISMO**
   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, que recibirán calificación:

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

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	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.

- 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 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

BARROSO CASTRO, C. (Coords) (2012). Economía de la Empresa. Pirámide. Madrid.
CASANOVA, R., & VilLLAR, L. (2019). *Introducción a la gestión de empresas turísticas*. Madrid: Editorial Síntesis.
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. How to avoid a climate disaster (2021). 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