



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



UNIVERSIDAD
NEBRIJA

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. Jorge Hernando Cuñado

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 emerjan 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

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. Responsabilidad Social Corporativa en el sector turístico.

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 EL 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
 Los servicios turísticos

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
 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

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): Análisis de una empresa turística

Actividad Dirigida 2 (AD2): Learning Log

Actividad Dirigida 3 (AD3): Caso: El turismo en España

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*. 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