

A large, light gray, stylized profile of a man wearing a cap and a fur collar, facing right. This is a reference to Nebrija, the founder of the university.

Tecnología
aplicada a la
empresa
Grado en Turismo



UNIVERSIDAD
NEBRIJA

GUÍA DOCENTE

Asignatura: Tecnología aplicada a la empresa

Titulación: Grado en Turismo

Carácter: Básica

Idioma: Castellano / Inglés

Modalidad: Presencial

Créditos: 6

Curso: 1º

Semestre: 2º

Profesores/Equipo Docente: Prof. Francisco Javier Ramos González

1. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

1.1. Competencias

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

Competencias 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.

CE. 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.

CE. 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.

- 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

No se considera ninguno en especial.

2.2. Descripción de los contenidos

Las llamadas tecnologías de la información (TIC) han cambiado la forma de vida de las sociedades y, lógicamente, de las empresas y el sector turístico. Manejarse con soltura con las herramientas y sistemas de información más habituales se ha convertido en una obligación de cualquier profesional del mundo empresarial. Esta asignatura pretende familiarizar al alumno con las herramientas básicas más utilizadas en la empresa turística como pueden ser: Word, Excel, PowerPoint y Access, e introducirle en el mundo más complejo de los sistemas de información y sus repercusiones organizacionales.

2.3. Contenido detallado

Presentación de la asignatura.
Explicación de la Guía Docente.

- 1. Elementos conceptuales.**
Ciencia, técnica y tecnología.
Clasificación de la tecnología
Hardware y Software
Orgware y Humanware
- 2. Gestión de la información y el conocimiento**
Tecnología y Empresa.
La tecnología como medio: estar o no en el mercado
Estrategia tecnológica
Planificación tecnológica
Tecnología y eficiencia
La transformación digital. El kit digital
- 3. Herramientas tecnológicas para la empresa.**
Sistemas de gestión empresarial
Herramientas colaborativas y de comunicación
Gestión administrativa, comercial y contable
Control de la Producción
- 4. Tecnología e innovación.**
Innovación ¿qué es?
Innovación y modelos de negocio
Habilitadores tecnológicos
- 5. Empresas de base tecnológica.**
Empresa que usa tecnología vs empresa que vende tecnología
Ventajas y desventajas
Spin-off y Start-up
Las “Tech”
Metodologías ágiles
- 6. El presente y ¿el futuro?**
La toma de decisiones: Business Intelligence y Business Analytics
Diagnóstico tecnológico. El Radar Tecnológico
Tecnología disruptiva
De la Empresa 2.0 a la Industria 4.0
Web3 y Metaverso
¿Amenazas? Protección de datos y Ciberseguridad

2.4. Actividades Dirigidas

Durante el curso se desarrollarán algunas de las actividades, prácticas, memorias o proyectos siguientes, u otras de objetivos o naturaleza similares a modo de ejemplo se exponen las que siguen:

Actividad Dirigida 1 (AD1): **Análisis Empresas con base tecnológica, por ejemplo - Análisis de Google, Amadeus, Plataforma.** Los alumnos, de manera individual, tendrán que analizar la forma de crecimiento de una multinacional como puede ser Google o Amadeus. Deberán investigar los elementos diferenciadores de la organización y el impacto de la tecnología en esa diferenciación – evolución en el mercado en base a los conceptos teóricos que se trabajan en la asignatura.

Actividad Dirigida (AD2): **Caso de empresa del sector turístico. Definición de un modelo de negocio innovador en el sector turístico basado en tecnología.** Divididos en grupos de entre 3 y 6 personas, los alumnos trabajan de forma conjunta sobre un **caso** de una empresa del sector turístico y a partir de él tendrán que determinar de forma individual innovaciones con base

tecnológica para el empresa previamente trabaja en conjunto aplicando las heramientas que se han visto a lo largo de la asignatura lo representarán con el Busines Model CANVAS o herramientas similares.

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 presencial	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

Ortega Cachón, Iñaki y de la Torre, José María. La buena tecnología. Editorial Gestión 2000. Madrid, España. 2021. ISBN 978-84-987-5515-2

Alanís, Macedonio. Tecnología de Información para la Transformación de los Negocios. Diseñando la Empresa del Siglo XXI. Tecnológico de Monterrey. 2021. ISBN-13: 9798687071994.

Rodal Montero, Enrique. Industria 4.0. Conceptos, tecnologías habilitadoras y retos. Editorial Pirámide. Madrid, España. 2020. ISBN. 978-84-368-4214-2

Ashish Pachory. Aligning Technology with Business for Digital Transformation. Business Expert Press, LLC, 2020. ISBN-13: 978-1-94999-176-5.

Rubio Sánchez, José Luis. Aplicaciones empresariales. Editorial CEF. Udimá. Madrid. 2020. ISBN: 978-84-454-4044-5

Bibliografía complementaria

Yandar Lobón, Mario Andrés y Moreno Ospina, Judy Marcela (compiladores). La industria 4.0 desde la perspectiva organizacional. Fondo Editorial Universitario Servando Garcés de la Universidad Politécnica Territorial de Falcón Alonso Gamero, Santa Ana de Coro, Falcón, Venezuela. 2019.

Vv. Aa. Reinventar la empresa en la era digital. Madrid, España: Ed. Turner. 2015.

Otros recursos

“Gestión de la tecnología” Wiki online en:
http://www.eoi.es/wiki/index.php/Gestión_de_la_Tecnología_en_Gestión_de_la_tecnología

<https://tecnomagazine.net/>

<chrome-extension://efaidnbnmnibpcjpcglclefindmkaj/https://www.bbvaopenmind.com/wp-content/uploads/2015/01/BBVA-OpenMind-libro-Reinventar-la-Empresa-en-la-Era-Digital-empresa-innovacion1-1.pdf>