



## Teaching Guide

Identifying Data				2017/18
<b>Subject (*)</b>	Creating and Managing Tourism Companies	<b>Code</b>	662G01041	
<b>Study programme</b>	Grao en Turismo			
Descriptors				
<b>Cycle</b>	<b>Period</b>	<b>Year</b>	<b>Type</b>	<b>Credits</b>
Graduate	2nd four-month period	Third	Optativa	6
<b>Language</b>	SpanishGalician			
<b>Teaching method</b>	Face-to-face			
<b>Prerequisites</b>				
<b>Department</b>				
<b>Coordinador</b>	Rivas Iglesias, Carlos Alberto	<b>E-mail</b>	c.rivas@udc.es	
<b>Lecturers</b>		<b>E-mail</b>		
<b>Web</b>				
<b>General description</b>	A finalidade desta materia é a de proporcionar formación ao estudante para que adquira o coñecemento e desenvolva as habilidades necesarias para emprender a posta en marcha dunha empresa e xestionar o desenvolvemento posterior desta.			

## Study programme competences / results

Code	Study programme competences / results
A2	Analizar a dimensión económica do turismo.
A5	Converter un problema empírico nun obxecto de investigación e elaborar conclusións.
A6	Ter unha marcada orientación de servizo ao cliente.
A11	Definir obxectivos, estratexias e políticas comerciais.
A12	Dirixir e xestionar (management) os distintos tipos de entidades turísticas.
A13	Manexar técnicas de comunicación.
B1	Capacidade de análise e síntese.
B2	Comunicación oral e escrita en lingua nativa.
B3	Resolución de problemas.
B4	Razoamento crítico.
B5	Compromiso ético.
B6	Aprendizaxe autónoma.
B7	Adaptación a novas situacións.
C1	Expresarse correctamente, tanto de forma oral coma escrita, nas linguas oficiais da comunidade autónoma.
C2	Dominar a expresión e a comprensión de forma oral e escrita dun idioma estranxeiro.
C3	Utilizar as ferramentas básicas das tecnoloxías da información e as comunicacións (TIC) necesarias para o exercicio da súa profesión e para a aprendizaxe ao longo da súa vida.
C4	Desenvolverse para o exercicio dunha cidadanía aberta, culta, crítica, comprometida, democrática e solidaria, capaz de analizar a realidade, diagnosticar problemas, formular e implantar solucións baseadas no coñecemento e orientadas ao ben común.
C5	Entender a importancia da cultura emprendedora e coñecer os medios ao alcance das persoas emprendedoras.
C6	Valorar criticamente o coñecemento, a tecnoloxía e a información dispoñible para resolver os problemas cos que deben enfrontarse.
C7	Asumir como profesional e cidadán a importancia da aprendizaxe ao longo da vida.
C8	Valorar a importancia que ten a investigación, a innovación e o desenvolvemento tecnolóxico no avance socioeconómico e cultural da sociedade.

## Learning outcomes

Learning outcomes	Study programme competences / results



Coñecer os conceptos de empresa e empresario turísticos, cos seus elementos e funcións, os seus distintos tipos e particularidades.	A2	B1 B4 B7	C2
Saber desenvolver unha idea de negocio Turístico, analizar a súa viabilidade, elaboración do plan de negocio, forma xurídica e trámites.	A2 A5 A12 A13	B1 B2 B3 B4 B5	C1 C4 C5 C7
Saber xestionar un negocio turístico. Coñecer e aplicar conceptos e ferramentas de xestión en empresas e actividades do sector turístico.	A2 A6 A11 A13	B3 B4 B5 B6 B7	C3 C5 C6 C7 C8

Contents	
Topic	Sub-topic
TEMA I. EMPRESA E SECTOR TURÍSTICO	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Concepto de empresa. Elementos e Funcións.</li><li>2. Concepto de empresario.</li><li>3. Os obxectivos da empresa.</li><li>4. Tipos de empresas.</li><li>5. As empresas do sector turístico.</li><li>6. Particularidades das empresas turísticas.</li><li>7. O servizo turístico.</li><li>8. A empresa turística como sistema.</li><li>9. Os subsistemas da empresa turística.</li><li>10. A responsabilidade e ética na empresa turística.</li></ol>
TEMA II. O ÁMBITO DA EMPRESA TURÍSTICA	<ol style="list-style-type: none"><li>1. O concepto de ámbito e tipos de ámbito.</li><li>2. O ámbito xeral da empresa turística.</li><li>3. O ámbito específico da empresa turística.</li><li>4. O Turismo e o Turista.</li><li>5. A estrutura do mercado turístico.</li><li>6. Tendencias actuais no sector turístico.</li></ol>
TEMA III. SUBSISTEMA PRODUCCIÓN	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Xestión de produción e de operacións.</li><li>2. Produtividade na prestación de servizos turísticos.</li><li>3. Planificación das operacións en turismo.</li></ol>
TEMA IV. SUBSISTEMA COMERCIAL	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Investigación e segmentación do mercado turístico.</li><li>2. Política comercial da empresa turística.</li><li>3. Claves da política comercial na empresa turística.</li></ol>
TEMA V. SUBSISTEMA FINANCIAMENTO	<ol style="list-style-type: none"><li>1. A función financeira na empresa turística.</li><li>2. Os custos na empresa turística.</li><li>3. Fontes de financiamento na empresa turística.</li></ol>
TEMA VI. PLANIFICACIÓN E CONTROL	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Planificación e control na empresa turística.</li><li>2. Tipos de plans na empresa turística.</li><li>3. Os obxectivos da empresa turística.</li><li>4. A dirección por obxectivos (dpo).</li><li>5. Concepto e proceso de control.</li><li>6. Tipos de control na empresa turística.</li></ol>



TEMA VII. XESTIÓN ESTRATÉXICA	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. O concepto de estratexia na empresa turística.</li> <li>1.1.- O punto de vista da estratexia.</li> <li>1.2.- Os elementos da estratexia.</li> <li>1.3.- Estratexia e competitividade.</li> <li>2. Planificación estratexia e niveis da estratexia.</li> <li>2.1.- Os niveis de estratexia.</li> <li>2.2.- O proceso de planificación estratéxica.</li> <li>3. Decisións estratéxicas a nivel corporativo.</li> <li>3.1.- Estratexias segundo o ciclo de vida da empresa Turística.</li> <li>3.2.- A matriz BCG ou Matriz de Crecemento-Cota de mercado.</li> <li>4. Decisións estratéxicas a nivel de negocio.</li> <li>4.1.- Estratexias Competitivas Xenéricas de Porter.</li> <li>4.2.- Estratexias de Crecemento na Empresa Turística.</li> <li>5. Competencias e habilidades na empresa turística.</li> </ol>
TEMA VIII. XESTIÓN DAS PEMES TURÍSTICAS	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Particularidades da peme turística.</li> <li>2. A cooperación na peme turística.</li> <li>3. Procesos de subcontratación (outsourcing).</li> <li>4. A franquía no sector turístico.</li> <li>5. A empresa turística familiar. problemas.</li> </ol>
TEMA IX. CREACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Causas do fracaso das novas empresas turísticas.</li> <li>2. Pasos para crear unha empresa turística.</li> <li>3. Plan de empresa ou de negocio.</li> <li>4. Trámites para a creación de empresas turísticas.</li> </ol>
TEMA X. PARTICULARIDADES DO NEGOCIO TURÍSTICO	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. O negocio hoteleiro.</li> <li>2. O negocio da restauración.</li> <li>3. As Axencias de Viaxes.</li> <li>4. As Empresas de Transporte.</li> <li>5. Empresas de ocio.</li> </ol>

Planning

Methodologies / tests	Competencies / Results	Teaching hours (in-person & virtual)	Student?s personal work hours	Total hours
Guest lecture / keynote speech	A2 A6 A11 A12 B5 C5 C7 C8	31	43	74
Case study	A5 B1 B3 B4 C4 C6	12	12	24
Supervised projects	A11 A13 B4 B6 B7 C1 C2 C3	2	24	26
Objective test	A12 B1 B2 B3	2	20	22
Personalized attention		4	0	4

(\*)The information in the planning table is for guidance only and does not take into account the heterogeneity of the students.

Methodologies

Methodologies	Description
Guest lecture / keynote speech	Exposición oral por parte do profesor dos aspectos fundamentais da materia. As exposicións complementarase co uso de medios audiovisuais e a introdución de preguntas dirixidas aos estudantes, coa finalidade de transmitir coñecementos, facilitar a aprendizaxe e favorecer a interacción entre o profesor e os estudantes.
Case study	Realizaranse estudos de casos coa finalidade de ir preparando a avaliación dos coñecementos que teñen os alumnos da materia, ao longo do curso. Realizaranse, a ser posible, en grupos de non máis de cinco alumnos.



Supervised projects	Os alumnos deberán desenvolver o seu propio proxecto empresarial aplicando os coñecementos aprendidos nas clases teóricas. Así, deberán buscar a través de distintas fontes (escritas ou informatizadas) aquela información que lles permita analizar a viabilidade e desenvolver o proxecto. O devandito proxecto deberá ser entregado e exposto en clase nas últimas sesións lectivas.
Objective test	Ao final do cuadrimestre celebrarase unha proba escrita de contido teórico-práctico, para valorar a correcta comprensión e aplicación dos contidos da materia por parte do alumno.

## Personalized attention

Methodologies	Description
Supervised projects	<p>Concíbense como horas de traballo presencial co profesor por parte do alumno, para o seguimento e orientación deste. Implican participación obrigatoria para o alumno.</p> <p>En canto aos estudantes con recoñecemento de dedicación a tempo parcial e dispensa académica de exención de asistencia, a atención personalizada poderase levar a cabo, segundo os casos e de acordo co profesor, a través de correo electrónico, do campus virtual ou medios similares.</p>

## Assessment

Methodologies	Competencies / Results	Description	Qualification
Case study	A5 B1 B3 B4 C4 C6	Análise, desenvolvemento e discusión de distintos casos prácticos, ao longo de todo o cuadrimestre.	45
Supervised projects	A11 A13 B4 B6 B7 C1 C2 C3	Desenvolvemento dun traballo que se realizará ao longo de todo o cuadrimestre con exposición final. Terase en conta na súa valoración: a exposición, a capacidade de recompilación, a capacidade de síntese, a achega persoal, o rigor e a actualización das fontes utilizadas. Tratarase de fomentar o traballo en equipo, polo que o traballo de curso se realizará en grupos de non máis de cinco alumnos, a ser posible. O prazo e o modo de entrega serán de obrigado cumprimento.	45
Objective test	A12 B1 B2 B3	A proba escrita de contido teórico-práctico consistirá na resolución de exercicios breves e/ou resposta a cuestións curtas e/ou de resposta múltiple e/ou preguntas de desenvolvemento.	10

## Assessment comments



Segundo a participación do alumnado na materia, a avaliación considera dúas opcións: Opción A (Primeira Oportunidade 1ª Convocatoria).- Para o alumnado que asiste/participa nas actividades de clase (alumnos que acrediten a súa asistencia a, polo menos, o 85% das clases) e para os alumnos con recoñecemento de dedicación a tempo parcial e dispensa académica de exención de asistencia (segundo a normativa aplicable) 1) Estudo de casos 45%

2) Traballos tutelados 45%

3) Proba obxectiva 10%.

A devandita proba obxectiva única, abranguerá toda a materia e consistirá na resolución de exercicios breves, resposta a cuestións curtas e/ou de resposta múltiple e/ou preguntas de desenvolvemento. A planificación exposta nesta guía docente supón a aplicación dun sistema de avaliación continua, polo que a cualificación final se obterá da avaliación da proba obxectiva e dos traballos tutelados. No conxunto das tres partes (45%, 45% e 10%), o alumno deberá obter unha puntuación mínima de 5 puntos sobre 10. Non obstante, non se considerará superada a materia, se no Estudo de casos non se obtén un mínimo de puntuación de 2 puntos sobre 4,5 puntos totais, en Traballos tutelados un mínimo de 1,5 puntos sobre 4,5 puntos totais, e na proba obxectiva un mínimo de 0,5 puntos sobre 1 punto total. Opción B (Primeira Oportunidade 1ª Convocatoria).- Para o alumnado que non asiste/participa nas actividades de clase (alumnos que non acrediten a súa asistencia a, polo menos, o 85% das clases) 1) Proba obxectiva 100%

A devandita proba obxectiva única, abranguerá toda a materia e consistirá na resolución de exercicios breves, resposta a cuestións curtas e/ou de resposta múltiple e/ou preguntas de desenvolvemento. Esta proba representará o 100% da nota final. O alumno deberá obter unha puntuación mínima de 5 puntos sobre 10.

Na segunda oportunidade da Primeira Convocatoria, e nas oportunidades de posteriores convocatorias, aplicarase o sistema de avaliación por proba obxectiva única.

### Sources of information

<b>Basic</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Casanueva Rocha, C. (2000). Organización y gestión de empresas turísticas. Madrid: Pirámide</li> <li>- Casillas, T. y Martí, J.M. (2010). Guía para la creación de empresas. Madrid: Fundación EOI</li> <li>- Martín Rojo, I. (2014). Dirección y Gestión de Empresas del Sector Turístico. Madrid: Ediciones Pirámide</li> <li>- Veneciana, J.M. (2005). Creación de empresas. Un enfoque gerencial. Barcelona: Colección Estudios Económicos, nº 33, La Caixa, Servicios de Estudios</li> </ul>
<b>Complementary</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Albert Piñole, I. (1999). Gestión, Productos y Servicios de las Agencias de Viajes. Madrid: Centro de Estudios Ramón Areces</li> <li>- Blasco Peris, A. (2002). La Empresa y el Producto Turístico. Madrid: Editorial Civitas</li> <li>- González, L. y Talón, P. (2002). Dirección hotelera. Operaciones y procesos. Madrid: Síntesis</li> <li>- Mestres Soler, J. (2003). Técnicas de Gestión y Dirección Hotelera. Barcelona: Gestión 2000</li> </ul>

### Recommendations

#### Subjects that it is recommended to have taken before

Introduction to Tourism/662G01009

Business Economics/662G01010

#### Subjects that are recommended to be taken simultaneously

#### Subjects that continue the syllabus

#### Other comments



(\*)The teaching guide is the document in which the URV publishes the information about all its courses. It is a public document and cannot be modified. Only in exceptional cases can it be revised by the competent agent or duly revised so that it is in line with current legislation.