



Guía docente				
Datos Identificativos				2019/20
Asignatura (*)	Creación y Gestión de Empresas Turísticas		Código	662G01041
Titulación	Grao en Turismo			
Descriptorios				
Ciclo	Periodo	Curso	Tipo	Créditos
Grado	2º cuatrimestre	Tercero	Optativa	6
Idioma	CastellanoGallego			
Modalidad docente	Presencial			
Prerrequisitos				
Departamento				
Coordinador/a	Rivas Iglesias, Carlos Alberto	Correo electrónico	c.rivas@udc.es	
Profesorado	Rivas Iglesias, Carlos Alberto	Correo electrónico	c.rivas@udc.es	
Web				
Descripción general	La finalidad de esta asignatura es la de proporcionar formación al estudiante para que adquiera el conocimiento y desarrolle las habilidades necesarias para emprender la puesta en marcha de una empresa y gestionar el desarrollo posterior de la misma.			

Competencias / Resultados del título	
Código	Competencias / Resultados del título
A2	Analizar la dimensión económica del turismo.
A5	Convertir un problema empírico en un objeto de investigación y elaborar conclusiones.
A6	Tener una marcada orientación de servicio al cliente.
A11	Definir objetivos, estrategias y políticas comerciales.
A12	Dirigir y gestionar (management) los distintos tipos de entidades turísticas.
A13	Manejar técnicas de comunicación.
B1	Capacidad de análisis y síntesis.
B2	Comunicación oral y escrita en lengua nativa.
B3	Resolución de problemas.
B4	Razonamiento crítico.
B5	Compromiso ético.
B6	Aprendizaje autónomo.
B7	Adaptación a nuevas situaciones.
C1	Expresarse correctamente, tanto de forma oral como escrita, en las lenguas oficiales de la comunidad autónoma.
C2	Dominar la expresión y la comprensión de forma oral y escrita de un idioma extranjero.
C3	Utilizar las herramientas básicas de las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) necesarias para el ejercicio de su profesión y para el aprendizaje a lo largo de su vida.
C4	Desarrollarse para el ejercicio de una ciudadanía abierta, culta, crítica, comprometida, democrática y solidaria, capaz de analizar la realidad, diagnosticar problemas, formular e implantar soluciones basadas en el conocimiento y orientadas al bien común.
C5	Entender la importancia de la cultura emprendedora y conocer los medios al alcance de las personas emprendedoras.
C6	Valorar críticamente el conocimiento, la tecnología y la información disponible para resolver los problemas con los que deben enfrentarse.
C7	Asumir como profesional y ciudadano la importancia del aprendizaje a lo largo de la vida.
C8	Valorar la importancia que tiene la investigación, la innovación y el desarrollo tecnológico en el avance socioeconómico y cultural de la sociedad.

Resultados de aprendizaje	
Resultados de aprendizaje	Competencias / Resultados del título



Conocer los conceptos de empresa y empresario turísticos, con sus elementos y funciones, sus distintos tipos y particularidades.	A2	B1 B4 B7	C2
Saber desarrollar una idea de negocio Turístico, analizar su viabilidad, elaboración del plan de negocio, forma jurídica y trámites.	A2 A5 A12 A13	B1 B2 B3 B4 B5	C1 C4 C5 C7
Saber gestionar un negocio turístico. Conocer y aplicar conceptos y herramientas de gestión en empresas y actividades del sector turístico.	A2 A6 A11 A13	B3 B4 B5 B6 B7	C3 C5 C6 C7 C8

Contenidos	
Tema	Subtema
TEMA I. EMPRESA Y SECTOR TURÍSTICO	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Concepto de empresa. Elementos y Funciones.</li> <li>2. Concepto de empresario.</li> <li>3. Los objetivos de la empresa.</li> <li>4. Tipos de empresas.</li> <li>5. Las empresas del sector turístico.</li> <li>6. Particularidades de las empresas turísticas.</li> <li>7. El servicio turístico.</li> <li>8. La empresa turística como sistema.</li> <li>9. Los subsistemas de la empresa turística.</li> <li>10. La responsabilidad y ética en la empresa turística.</li> </ol>
TEMA II. EL ENTORNO DE LA EMPRESA TURÍSTICA	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. El concepto de entorno y tipos de entorno.</li> <li>2. El entorno general de la empresa turística.</li> <li>3. El entorno específico de la empresa turística.</li> <li>4. El Turismo y el Turista.</li> <li>5. La estructura del mercado turístico.</li> <li>6. Tendencias actuales en el sector turístico.</li> </ol>
TEMA III. SUBSISTEMA PRODUCCIÓN	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Gestión de producción y de operaciones.</li> <li>2. Productividad en la prestación de servicios turísticos.</li> <li>3. Planificación de las operaciones en turismo.</li> </ol>
TEMA IV. SUBSISTEMA COMERCIAL	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Investigación y segmentación del mercado turístico.</li> <li>2. Política comercial de la empresa turística.</li> <li>3. Claves de la política comercial en la empresa turística.</li> </ol>
TEMA V. SUBSISTEMA FINANCIACIÓN	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. LA función financiera en la empresa turística.</li> <li>2. Los costes en la empresa turística.</li> <li>3. Fuentes de financiación en la empresa turística.</li> </ol>
TEMA VI. PLANIFICACIÓN Y CONTROL	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Planificación y control en la empresa turística.</li> <li>2. Tipos de planes en la empresa turística.</li> <li>3. Los objetivos de la empresa turística.</li> <li>4. La dirección por objetivos (dpo).</li> <li>5. Concepto y proceso de control.</li> </ol>



TEMA VII. GESTIÓN ESTRATÉGICA	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. El concepto de estrategia en la empresa turística.             <ol style="list-style-type: none"> <li>1.1.- El punto de vista de la estrategia.</li> <li>1.2.- Los elementos de la estrategia.</li> <li>1.3.- Estrategia y competitividad.</li> </ol> </li> <li>2. Planificación estrategia y niveles de la estrategia.             <ol style="list-style-type: none"> <li>2.1.- Los niveles de estrategia.</li> <li>2.2.- El proceso de planificación estratégica.</li> </ol> </li> <li>3. Decisiones estratégicas a nivel corporativo.             <ol style="list-style-type: none"> <li>3.1.- Estrategias según el ciclo de vida de la empresa Turística.</li> <li>3.2.- La matriz BCG o Matriz de Crecimiento-Cota de mercado.</li> </ol> </li> <li>4. Decisiones estratégicas a nivel de negocio.             <ol style="list-style-type: none"> <li>4.1.- Estrategias Competitivas Genéricas de Porter.</li> <li>4.2.- Estrategias de Crecimiento en la Empresa Turística.</li> </ol> </li> <li>5. Competencias y habilidades en la empresa turística.</li> </ol>
TEMA VIII. GESTIÓN DE LAS PYMES TURÍSTICAS	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Particularidades de la pyme turística.</li> <li>2. La cooperación en la pyme turística.</li> <li>3. Procesos de subcontratación (outsourcing).</li> <li>4. La franquicia en el sector turístico.</li> <li>5. La empresa turística familiar. problemas.</li> </ol>
TEMA IX. CREACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Causas del fracaso de las nuevas empresas turísticas.</li> <li>2. Pasos para crear una empresa turística.</li> <li>3. Plan de empresa o de negocio.</li> <li>4. Trámites para la creación de empresas turísticas.</li> </ol>
TEMA X. PARTICULARIDADES DEL NEGOCIO TURÍSTICO	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. El negocio hotelero.</li> <li>2. El negocio de la restauración.</li> <li>3. Las Agencias de Viajes.</li> <li>4. Las Empresas de Transporte.</li> <li>5. La Oferta Turística complementaria</li> </ol>

### Planificación

Metodologías / pruebas	Competencias / Resultados	Horas lectivas (presenciales y virtuales)	Horas trabajo autónomo	Horas totales
Sesión magistral	A2 A6 A11 A12 B5 C5 C7 C8	31	43	74
Estudio de casos	A5 B1 B3 B4 C4 C6	12	12	24
Trabajos tutelados	A11 A13 B4 B6 B7 C1 C2 C3	2	24	26
Prueba objetiva	A12 B1 B2 B3	2	20	22
Atención personalizada		4	0	4

(\*)Los datos que aparecen en la tabla de planificación són de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de los alumnos

### Metodologías

Metodologías	Descripción
Sesión magistral	Exposición oral por parte del profesor de los aspectos fundamentales de la materia. Las exposiciones se complementarán con el uso de medios audiovisuales y la introducción de preguntas dirigidas a los estudiantes, con la finalidad de transmitir conocimientos, facilitar el aprendizaje y favorecer la interacción entre el profesor y los estudiantes.
Estudio de casos	Se realizarán estudios de casos con la finalidad de ir preparando la evaluación de los conocimientos que tienen los alumnos de la materia, a lo largo del curso.



Trabajos tutelados	Los alumnos deberán desarrollar su propio proyecto empresarial aplicando los conocimientos aprendidos en las clases teóricas. Así, deberán buscar a través de distintas fuentes (escritas o informatizadas) aquella información que les permita analizar la viabilidad y desarrollar el proyecto. Dicho proyecto deberá ser entregado y expuesto en clase en las últimas sesiones lectivas.
Prueba objetiva	Al final del cuatrimestre se celebrará una prueba escrita de contenido teórico-práctico, para valorar la correcta comprensión y aplicación de los contenidos de la materia por parte del alumno.

## Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Trabajos tutelados	<p>Se conciben como horas de trabajo presencial con el profesor por parte del alumno, para el seguimiento y orientación del mismo. Implican participación obligatoria para el alumno.</p> <p>En cuanto a los estudiantes con reconocimiento de dedicación a tiempo parcial y dispensa académica de exención de asistencia, la atención personalizada se podrá llevar a cabo, según los casos y de acuerdo con el profesor, a través de correo electrónico, del campus virtual o medios similares.</p>

## Evaluación

Metodologías	Competencias / Resultados	Descripción	Calificación
Estudio de casos	A5 B1 B3 B4 C4 C6	Análisis, desarrollo y discusión de distintos casos prácticos, a lo largo de todo el cuatrimestre.	45
Trabajos tutelados	A11 A13 B4 B6 B7 C1 C2 C3	Desarrollo de un trabajo que se realizará a lo largo de todo el cuatrimestre con exposición final. Se tendrá en cuenta en su valoración: la exposición, la capacidad de recopilación, la capacidad de síntesis, la aportación personal, el rigor y la actualización de las fuentes utilizadas. Se tratará de fomentar el trabajo en equipo, por lo que el trabajo de curso se realizará en grupos de no más de cinco alumnos, a ser posible. El plazo y el modo de entrega serán de obligado cumplimiento.	45
Prueba objetiva	A12 B1 B2 B3	La prueba escrita de contenido teórico-práctico consistirá en la resolución de ejercicios breves y/o respuesta a cuestiones cortas y/o de respuesta múltiple y/o preguntas de desarrollo.	10

## Observaciones evaluación



Según la participación del alumnado en la materia, la evaluación considera dos opciones: Opción A (Primera Oportunidad 1ª Convocatoria).- Para el alumnado que asiste/participa en las actividades de clase (alumnos que acrediten su asistencia a, por lo menos, el 85% de las clases) y para los alumnos con reconocimiento de dedicación a tiempo parcial y dispensa académica de exención de asistencia (según la normativa aplicable) 1) Estudio de casos 45%

2) Trabajos tutelados 45%

2) Prueba objetiva 10%.

Dicha prueba objetiva única, abarcará toda la materia y consistirá en la resolución de ejercicios breves, respuesta a cuestiones cortas y/o de respuesta múltiple y/o preguntas de desarrollo. La planificación expuesta en esta guía docente supone la aplicación de un sistema de evaluación continua, por lo que la calificación final se obtendrá de la evaluación de la prueba objetiva y de los trabajos tutelados. En el conjunto de las tres partes (45%, 45% y 10%), el alumno deberá obtener una puntuación mínima de 5 puntos sobre 10. No obstante, no se considerará superada la materia, si en el Estudio de casos no se obtiene un mínimo de puntuación de 2 puntos sobre 4,5 puntos totales, en Trabajos tutelados un mínimo de 1,5 puntos sobre 4,5 puntos totales, y en la prueba objetiva un mínimo de 0,5 puntos sobre 2 puntos totales.

Opción B (Primera Oportunidad 1ª Convocatoria).- Para el alumnado que no asiste/participa en las actividades de clase (alumnos que no acrediten su asistencia a, por lo menos, el 85% de las clases) 1) Prueba objetiva 100%

Dicha prueba objetiva única, abarcará toda la materia y consistirá en la resolución de ejercicios breves, respuesta a cuestiones cortas y/o de respuesta múltiple y/o preguntas de desarrollo.

Esta prueba representará el 100% de la nota final. El alumno deberá obtener una puntuación mínima de 5 puntos sobre 10. En la segunda oportunidad de la Primera Convocatoria, y en las oportunidades de ulteriores convocatorias, se aplicará el sistema de evaluación por prueba objetiva única.

### Fuentes de información

<b>Básica</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Casanueva Rocha, C. (2000). Organización y gestión de empresas turísticas. Madrid: Piramide</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>Complementaria</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>

### Recomendaciones

#### Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

Introducción al Turismo/662G01009  
Economía de la Empresa/662G01010

#### Asignaturas que se recomienda cursar simultáneamente

#### Asignaturas que continúan el temario

#### Otros comentarios



(\*) La Guía Docente es el documento donde se visualiza la propuesta académica de la UDC. Este documento es público y no se puede modificar, salvo cosas excepcionales bajo la revisión del órgano competente de acuerdo a la normativa vigente que establece el proceso de elaboración de guías