UNIVERSIDADE DA CORUÑA

Teaching Guide					
Identifying Data					2021/22
Subject (*)	Business Economics			Code	662G01010d
Study programme	Grao en Turismo (a distancia)				
Descriptors					
Cycle	Period		Year	Type	Credits
Graduate	2nd four-month period		First	Basic training	6
Language	SpanishGalician				
Teaching method	Non-attendance				
Prerequisites					
Department	Empresa				
Coordinador	Mariz Perez, Rosa	E-mail	rosa.mariz@udc.es		
Lecturers	Mariz Perez, Rosa	E-mail	rosa.mariz@udc.es		
Web					
General description	O obxectivo principal desta materia é que o alumno observe a realidade empresarial do sector turístico, interpretea e poida extraer conclusións, tanto operativas coma estratéxicas. O contido da materia estrutúrase en catro partes. Na primeira parte analízanse os conceptos básicos acerca da empresa, o empresario e o ámbito empresarial. Na segunda parte abórdanse aspectos fundamentais sobre a dirección de empresas e a organización e na última se delimita a función financeira.				
Contingency plan	1. Modificacións nos contidos Non 2. Metodoloxías *Metodoloxías docentes que se manteen Estudo de casos, traballo tutelado e presentacións oráis *Metodoloxías docentes que se modifican Elimínase o exame. 3. Mecanismos de atención personalizada ao alumnado Tutorías a través de Teams 4. Modificacións na avaliación Si a situación vixente permite o desenvolvemento normal das aulas e actividades de forma presencial, o sistema de evaluación e as metodoloxías a empregar serán as descritas máis arriba (escenario 1: 20% estado de casos -con presentación del mismo- e participación na aula virtual, 20% traballo tuteado -con exposición- e 60% examen presencial tipo test). Estas actividades tenrán lugar na aula virtual -Teams- e se empleará este esquema de evaluación sempre que sexa posible celebrar o exame en modo presencial). Plan de contingencia: Si non fora posible polas circunstancias, celebrar o exame de modo presencial o sistema de evaluación pasaría a axustarse ao seguinte esquema (Escenario 2): 1. Estudo de casos e participación na aula: 25% 2. Presentación oral: 25% 3. Traballo tutelado: 50%. Todas as actividades serán realizadas online (excepto o examen, que será presencial no escenario 1)				

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.
A10	Xestionar os recursos financeiros.
A11	Definir obxectivos, estratexias e políticas comerciais.
A12	Dirixir e xestionar (management) os distintos tipos de entidades turísticas.
A13	Manexar técnicas de comunicación.
A26	Planificar e xestionar os recursos humanos das organizacións turísticas.
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		
Básicas e xerais		B1 B2 B3 B4 B5 B6 B7	
Transversais / Nucleares			C1 C2 C3 C4 C5 C6 C7 C8

Específicas	A2 A5 A6 A10 A11 A12 A13 A26		

Contents	
Topic	**Sub-topic**
TEMA 1: A empresa e o empresario.	1.1 A empresa como realidade económica e social. 1.2 Concepto de empresa. 1.3 Os elementos da empresa. 1.4 Funcionamento da empresa. Areas básicas. 1.5 Os obxetivos da empresa. 1.6 A responsabilidade social da empresa: RSC a ética dos negocios. 1.7 O empresario.
Tema 2: A empresa. Comportamento	2.1 A empresa como nexo de contratos 2.2. Supostos de conducta/comportamento 2.3 Tipos de empresas
TEMA 3: O entorno empresarial.	3.1 Os factores do entorno xeral. 3.2 Os factores do entorno específico. 3.3 O analise DAFO e 5 formas de Porter 3.4 A extratexia competitiva da empresa. 3.5 A responsabilidade social e medioambiental.
TEMA 4: Factores de localización e dimensión da empresa.	4.1 Factores de localización. 4.2 A dimensión da empresa. 4.3 Extratexias de crecimento: crecimento interno e externo. 4.4 Cooperación entre empresas. 4.5 As empresas multinacionales, globalización e deslocalización.
TEMA 5: A Dirección na empresa	5.1 A función directiva: niveis directivos. 5.2 Proceso directivo. 5.2.1 Planificación: etapas, obxetivos e estratexias. 5.2.2 Organización e estructura organizativa. 5.2.3 Control: fases, tipos e ferramientas. 5.3 Estilos de dirección e liderazgo.
Tema 6: O patrimonio da empresa e os seus Estados Financieiros.	6.1 Patrimonio. 6.2 Elementos patrimoniais. 6.3 Clasificación do patrimonio: o balance de situación. 6.4 A conta de pérdidas e ganancias.
Tema 7: Subsistema Financeiro	7.1 A función financeira e recursos financeiros. 7.2 A financiación externa a corto prazo. 7.3 A financiación externa a longo prazo. 7.4 Financiación interna e autofinanciación. 7.5 Os proxectos de inversión ecriterios de selección de inversions: métodos (VAN y TRI)

Tema 8: A empresa turística.	8.1 Definición da empresa turística. 8.2 O sector turístico. 8.3 Tipos de empresas turísticas. 8.4 Empresas de transportes. 8.5 Empresas de aloxamiento. 8.6 Empresas de distribución: as axencias de viaxe.

Planning				
Methodologies / tests	Competencies / Results	Teaching hours (in-person & virtual)	Student?s personal work hours	Total hours
Supervised projects	A2 A5 A6 A10 A11 A12 A13 A26 B1 B2 B3 B4 B5 B6 B7 C1 C3 C5 C6 C7 C8	1	49	50
Guest lecture / keynote speech	A2 A5 A6 A10 A11 A12 A13 A26 B1 B2 B4 B5 C6 C2	21	21	42
Case study	A2 A5 A6 A10 A11 A12 A13 A26 B1 B2 B3 B4 B5 B6 B7 C4 C1	2	23	25
Objective test	A2 A5 A6 A10 A11 A12 A13 A26 B1 B2 B3 B4 C1 C6	1	30	31
Personalized attention		2	0	2
(*)The information in the planning table is for guidance only and does not take into account the heterogeneity of the students.				

Methodologies	
Methodologies	Description
Supervised projects	A partir dos temas abordados nas sesións maxistrais propoñerase a realización de traballos que consistirá na creación dunha oportunidad turística o de lecer. O traballo desenvolverase polo alumnado, atendendo ás indicacións que se proporcionen a través da atención personalizada do profesor aos diferentes grupos. Para a realización destes traballos tomaranse como referencia os materiais básicos e complementarios da materia.
Guest lecture / keynote speech	Explicaranse os contidos que conforman o marco teórico da materia mediante a exposición oral, guiada co uso de presentacións, medios audiovisuais e cuestións dirixidas ao alumnado coa finalidade de favorecer a súa aprendizaxe.
Case study	As actividades de estudo de casos tratarán sobre situacións reais centradas no ámbito turístico. Deste xeito, o alumno aplicará os coñecementos adquiridos durante as sesións maxistrais mediante a participación activa e alcanzará un maior coñecemento da realidade. Para valorar a asistencia ás clases, as devanditas actividades poden ser realizadas en calquera día, hora e non necesitan de aviso previo ao alumnado.
Objective test	Realización dun exame final a través dunha proba escrita que versará sobre aspectos teóricos, prácticos ou teórico-prácticos correspondentes aos temas desenvolvidos na aula.

Personalized attention	
Methodologies	Description

Supervised projects Case study	A atención personalizada que se describe en relación a estas metodoloxías concíbese como aqueles momentos de traballo presencial do alumno e profesor. Por este motivo, a participación do alumnado é obrigatoria. A forma e o momento en que sexan desenvolvidos indicarase en relación a cada actividade ao longo do curso segundo o plan de traballo da materia. No caso dos alumnos do grupo online, a atención siempre será a través de Teams no horario establecido polo profesor

Assessment			
Methodologies	**Competencies / Results**	**Description**	**Qualification**
Objective test	A2 A5 A6 A10 A11 A12 A13 A26 B1 B2 B3 B4 C1 C6	Para aprobar a materia é imprescindible que o alumno alcance un mínimo de 4 puntos sobre 10 no exame final.	60
Supervised projects	A2 A5 A6 A10 A11 A12 A13 A26 B1 B2 B3 B4 B5 B6 B7 C1 C3 C5 C6 C7 C8	Valorarase a orixinalidade, o rigor metodolóxico, a profundidade do contido e a utilización de fontes documentais aceitadas. Expondranse oralmente	20
Case study	A2 A5 A6 A10 A11 A12 A13 A26 B1 B2 B3 B4 B5 B6 B7 C4 C1	En relación co estudo de casos valorarase: A comprensión da situación presentada considerando a diversidade e complexidade dos factores que inciden no ámbito turístico. A profundidade da análise atendendo ao marco teórico traballado na materia. A capacidade de síntese e de adecuación das propostas de acción como resposta á situación presentada. Expondrase oralmente un	20

Assessment comments
O escenario 1 descrito no Plan de Contingencia será o vixente siempre que sexa posible celebrar o exame de modo presencial. En caso contrario, atenderase ao establecido no escenario 2.As actividades (agás o exame) serán enviadas polo estudantado a través de Moodle ou Teams, seguindo as indicacións do profesor. As aulas terán lugar no horario oficial publicado na web. Esta estructura (xa sexa o escenario 1 ou o 2, emplearase tanto para a primeira como para a segunda oportunidad (e adiantada) e tanto para o alumnado a tiempo completo como para os de tiempo parcial.Así, para a segunda oportunidade (e adiantada), o alumnado que non superase a materia na primeira oportunidade debe realizar o exame na data establecida e pode revisar/mellorar ou realizar as actividades dos outros componentes da evaluación, ainda que se garda a nota correspondente á evaluación contínua.A calificación de Non Presentado corresponde ao alumnado que non realiza o exame (todas as oportunidades)No caso de que só sexa posible a modalidade online, o sistema de evaluación será o descrito no escenario 2 (Plan de Continxencia); o alumnado entregará a través de Teams/Moodle os diferentes componentes da evaluación (cuando menos unha semana antes da data do exame oficial da segunda oportunidade) e realizará a presentación dos mismos a través de Teams (para o cual, deberá contactar co profesorado para establecer día e hora).

Sources of information	
Basic	Guerras Martín y Navas López (2015): La dirección estratégica de la empresa. Teoría y aplicaciones. Ed Thomson-Reuters, Civitas. 5ª ediciónParra López y Calero García (2006): Gestión y dirección de empresas turísticas. Ed. McGraw-Hill, MadridARANDA HIPÓLITO, A. (1998): "Dirección financiera para empresas turísticas (Inversión y Financiación)". Ed. Centro de Estudios Ramón Areces S.A. Madrid.CASANUEVA ROCHA, C., GARCÍA DEL JUNCO, J. y CARO GONZÁLEZ, F.J. (2000): "Organización y gestión de empresas turísticas". Pirámide. Madrid.SUÁREZ SUÁREZ A.S. (1996): "Curso de introducción a la economía de la empresa". Pirámide. Madrid.BUENO CAMPOS, E, et all. (1997): " Economía de la empresa. Análisis de las decisiones empresariales". Pirámide. Madrid.CUERVO, A. (1996): "Introducción a la administración de empresas". Civitas. Madrid.

Complementary	AGUIRRE SABADA, A. (1992): "Fundamentos de economía y administración de empresas". Pirámide. Madrid.ARANDA HIPÓLITO, A. (1994): "Gestión técnica-económica de hoteles". Ed. Centro de Estudios Ramón Areces. Madrid.DOMÍNGUEZ MACHUCA, J.A., et all. (1990): "El subsitema productivo de la empresa: problemas y fundamentos teóricos". Pirámide. Madrid.SUÁREZ SUÁREZ, A. S. (1998): " Decisones óptimas de inversión y financiación en la empresa". Pirámide. Madrid.Burgos Pavón, Garbayo Blanch y Alonso Prieto (Coords, 2017): Código Franquicia. Ed PirámideBateman y Snell (2013): Management. Ed McGraw-Hill.

Recommendations
Subjects that it is recommended to have taken before
Introduction to Economics/662G01002 Introduction to Tourism/662G01009
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.