



GUÍA DOCENTE 2012-2013
**INTRODUCCIÓN A LA ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS TURÍSTICAS**

1. Denominación de la asignatura:

INTRODUCCIÓN A LA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS

Titulación

GRADO EN TURISMO

Código

6757

2. Materia o módulo a la que pertenece la asignatura:

GESTIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS

3. Departamento(s) responsable(s) de la asignatura:

ECONOMÍA Y ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

4.a Profesor que imparte la docencia (Si fuese impartida por mas de uno/a incluir todos/as) :

MARCOS NAVEIRA, SONIA; Despacho 2017 Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales; snaveira@ubu.es



4.b Coordinador de la asignatura

MARCOS NAVEIRA, SONIA

5. Curso y semestre en el que se imparte la asignatura:

1º CURSO, 2º SEMESTRE

6. Tipo de la asignatura: (Básica, obligatoria u optativa)

Básica

7. Número de créditos ECTS de la asignatura:

6 ECTS

8. Competencias que debe adquirir el alumno/a al cursar la asignatura

T1. Capacidad de análisis y síntesis
T2. Capacidad de organización y planificación
T8. Toma de decisiones y adaptación a nuevas situaciones
T9. Trabajo en equipo
T12. Razonamiento crítico
T13. Compromiso ético
T14. Aprendizaje autónomo
T16. Iniciativa y espíritu emprendedor
E1. Comprender los principios del turismo: su dimensión espacial, social, cultural, política, laboral y económica.
E9. Dirigir y gestionar (management) los distintos tipos de entidades turísticas.
E10. Manejar técnicas de comunicación.
E18. Comprender un plan público y las oportunidades que se derivan para el sector privado.
E19. Planificar y gestionar los recursos humanos de las organizaciones turísticas.
E21. Conocer los objetivos, la estrategia y los instrumentos públicos de la planificación.



9. Programa de la asignatura

9.1- Objetivos docentes
Objetivos docentes El contenido del programa se estructura en dos partes. • En una PRIMERA PARTE se presenta a la empresa como un mecanismo alternativo al mercado en la asignación de recursos. Esto nos lleva a estudiar la concepción y el tratamiento que ha recibido la empresa desde una perspectiva tanto económica y como psico-social. A partir de estos planteamientos se da un repaso a las distintas aportaciones y conceptualizaciones sobre los objetivos empresariales para desarrollar su concreción en la creación de valor. El reparto de este valor creado permite profundizar en el concepto e implicaciones de la responsabilidad social corporativa, con el que se cierra la primera parte de la asignatura. Todo ello se completará con la realización de casos prácticos dentro del sector turístico, con el fin de que el alumno alcance las competencias pertinentes. • La SEGUNDA PARTE pretende proporcionar los fundamentos de la dirección y gestión de la empresa. En primer lugar se introducirán los conocimientos necesarios para entender el papel de los directivos, al tiempo que se estudian los procesos de toma de decisiones y se sistematiza la naturaleza del trabajo directivo. Además, se presentan la planificación y el control, y se estudia la integración entre ambos elementos. Esta segunda parte continúa con el estudio de la estructura organizativa, para lo cual, partiendo de su concepto, se definen los elementos y sus relaciones, así como las dimensiones estructurales; lo que nos permite presentar, finalmente, los modelos estructurales básicos. • Por último, y una vez analizada a lo largo del temario la problemática de las diferentes áreas funcionales de la empresa (recursos humanos, producción, marketing y finanzas), ponemos especial énfasis en al área de recursos humanos, por la importancia de sus implicaciones en la marcha de la empresa, prestando especial atención a la problemática del sector turístico.
9.2- Unidades docentes (Bloques de contenidos)
INTRODUCCIÓN A LA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS TEMA 1.- MERCADOS Y ORGANIZACIONES 1.1. El problema económico. 1.2. La división del trabajo. Especialización. Coordinación. 1.3. Descripción de la coordinación en el mercado y en la organización. 1.4. Mercados y organizaciones: Información. 1.5. Análisis de Costes de Transacción en el mercado y en la organización.



TEMA 2.- LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA

- 2.1. Introducción a los objetivos de la empresa. El planteamiento económico tradicional.
- 2.2. Teoría de la Agencia: La empresa como nexo de contratos.
- 2.3. La creación de valor sostenible como objetivo.
- 2.4. Responsabilidad social de la empresa.

TEMA 3.- ANÁLISIS DEL ENTORNO

- 3.1. Concepto y tipología de entorno.
- 3.2. Entorno general.
- 3.3. Entorno Intermedio.
- 3.4. Entorno específico.

TEMA 4.- TEORÍAS SOBRE LA GESTIÓN DE EMPRESAS

- 4.1. Escuelas clásicas de la organización.
- 4.2. La Escuela de Relaciones Humanas.
- 4.3. Teoría del comportamiento.
- 4.4. El enfoque de contingencias.

TEMA 5.- LA DIRECCIÓN DE LA EMPRESA

- 5.1. La naturaleza del trabajo directivo.
- 5.2. Las decisiones y sus tipos
- 5.3. Los procesos de toma de decisiones
- 5.4. Los niveles directivos.

TEMA 6.- LA PLANIFICACIÓN Y CONTROL

- 6.1. El proceso de planificación.
- 6.2. Elementos de la planificación.
- 6.3. El control en la empresa.
- 6.4. Tipos de control.
- 6.5. La integración planificación-control.

TEMA 7.- DISEÑO ORGANIZATIVO DE LA EMPRESA I

- 7.1. Concepto de estructura organizativa.
- 7.2. Diversidad de enfoques sobre el diseño de la estructura organizativa.
- 7.3. Dimensiones estructurales.
- 7.4. Proceso de formación y desarrollo estructural.

TEMA 8.- DISEÑO ORGANIZATIVO DE LA EMPRESA II. DIMENSIONES Y MODELOS ESTRUCTURALES BÁSICOS

- 8.1. Elementos que componen la estructura organizativa formal.
- 8.2. Modelos estructurales básicos.



8.3. Nuevos modelos organizativos

TEMA 9.- INTRODUCCIÓN A LA DIRECCIÓN DE RECURSOS HUMANOS

- 9.1. Introducción.
- 9.2. Incorporación de los trabajadores en la empresa.
- 9.3. La formación en la empresa.
- 9.4. La motivación del personal
- 9.5. Evaluación del rendimiento, recompensas e incentivos.

9.3- Bibliografía

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

Cuervo, A. y Otros , (2008) Introducción a la administración de empresas, Civitas, Madrid,

Douma, S. y Schreuder, H. , (1992) Economic approaches to organizations, Prentice Hall Int., Hertfordshire,

Galán , J.L. , (2006) Diseño organizativo, Thomson, Madrid,

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

(Coords.) José Miguel Rodríguez Antón, M^a Mar Alonso Almeida, (2009) Nuevas Tendencias y retos en el sector turístico: un enfoque multidisciplinar, Editorial DELTA, Madrid,

Casanueva Rocha, C. y Gallego Águeda, M. A. , (2011) Dirección y organización de empresas turísticas, Pirámide, Madrid,

MARTIN, I., (2009) DIRECCIÓN Y GESTIÓN DE EMPRESAS DEL SECTOR TURÍSTICO, EDICIONES PIRÁMIDE, MADRID, 978-84-368-2293-9,

10. Metodología de enseñanza y aprendizaje y su relación con las competencias que debe adquirir el estudiante:

Metodología	Competencia relacionada	Horas presenciales	Horas de trabajo	Total de horas
Clases teóricas	T1, T12, E1, E9, E21	26	42	68
Clases prácticas	T2, T8, T9, E18, E19	22	22	44
Lecturas y recensiones	T12, T14,	0	4	4
Seminarios	T12, E1	2	2	4
Realización de trabajos, informes, memorias y pruebas de evaluación	T13, T14, T16, E10	4	26	30



Total	54	96	150
--------------	----	----	-----

11. Sistemas de evaluación:

Para ser evaluado, tanto en convocatoria ordinario como extraordinario, será necesario alcanzar un mínimo de un 40% en cada procedimiento de evaluación. La convocatoria extraordinaria consiste en un examen teórico y práctico que evaluará a través de diferentes procedimientos la adquisición de todas las competencias de la asignatura.

Procedimiento	Peso en la calificación final
Resolución de casos prácticos	20 %
Prueba de evaluación 1	20 %
Prueba de evaluación 2	20 %
Examen	40 %
Total	100 %

Evaluación excepcional, si procede:

En el sistema de Evaluación Excepcional se exigirá la entrega de trabajos y/o cuadernos de prácticas en las mismas fechas que en el sistema ordinario, para garantizar la adquisición de determinadas competencias, y la presentación a las pruebas de contenido que se establezcan.

12. Recursos de aprendizaje y apoyo tutorial:

PLATAFORMA MOODLE
TUTORÍAS PRESENCIALES
TUTORÍAS ONLINE

13. Calendarios y horarios:

CLASES TEÓRICAS:
CLASES PRÁCTICAS:



UNIVERSIDAD DE BURGOS
ECONOMÍA Y ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

14. Idioma en que se imparte:

ESPAÑOL