



GUÍA DOCENTE 2019-2020
**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; Teléfono 947 259 033; Y profesor a determinar.

4.b Coordinador de la asignatura

MARIA SONIA, MARCOS NAVEIRA

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
- Desarrollar criterios objetivos sobre la relevancia del sector turístico en España y en el mundo. - Comprender las técnicas de gestión empresarial y su aplicación al contexto de la empresa turística. - Analizar el proceso de toma de decisiones empresarial y las funciones propias de un directivo (planificación, control, organización y dirección de recursos humanos) - Desarrollar habilidades interpersonales de comunicación oral y escrita.
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.- LA DIRECCIÓN DE LA EMPRESA TURÍSTICA

- 3.1. La naturaleza del trabajo directivo.
- 3.2. Las decisiones y sus tipos
- 3.3. Los procesos de toma de decisiones
- 3.4. Los niveles directivos.

TEMA 4.- LA PLANIFICACIÓN Y CONTROL

- 4.1. El proceso de planificación.
- 4.2. Elementos de la planificación.
- 4.3. El control en la empresa.
- 4.4. Tipos de control.
- 6.5. La integración planificación-control.

TEMA 5.- DISEÑO ORGANIZATIVO DE LA EMPRESA I

- 5.1. Concepto de estructura organizativa.
- 5.2. Diversidad de enfoques sobre el diseño de la estructura organizativa.
- 5.3. Dimensiones estructurales.
- 7.4. Proceso de formación y desarrollo estructural.

TEMA 6.- DISEÑO ORGANIZATIVO DE LA EMPRESA II. DIMENSIONES Y MODELOS ESTRUCTURALES BÁSICOS

- 6.1. Elementos que componen la estructura organizativa formal.
- 6.2. Modelos estructurales básicos.
- 6.3. Nuevos modelos organizativos

TEMA 7.- INTRODUCCIÓN A LA DIRECCIÓN DE RECURSOS HUMANOS

- 7.1. Introducción.
- 7.2. Incorporación de los trabajadores en la empresa.
- 7.3. La formación en la empresa.
- 7.4. La motivación del personal
- 7.5. 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	35	37	72
Clases prácticas	T2, T8, T9, E18, E19	12	21	33
Lecturas y recensiones	T12, T14,	0	6	6
Seminarios y visitas a empresas	T12, E1	2	0	2
Realización de trabajos, informes, memorias y pruebas de evaluación	T13, T14, T16, E10	5	32	37
Total		54	96	150

11. Sistemas de evaluación:

La evaluación consta de: Evaluación Continua (Evaluación continua en clase + Prueba I + Prueba II) + Examen Final

Es necesario alcanzar un 50% en la suma de la Evaluación Continua (Evaluación continua en clase + Prueba I + Prueba II) y un 40% en el Examen Final.

La asignatura se supera cuando la media entre la Evaluación Continua y el Examen final supera el 50%.

La Evaluación Continua en clase se califica en la primera convocatoria y no es recuperable en la segunda convocatoria, guardando la nota obtenida en dicha primera



convocatoria.

La Prueba I de la Evaluación Continua se realiza durante el periodo lectivo.

La Prueba II de la Evaluación Continua y el Examen final se realizan la fecha oficial fijada en el calendario de exámenes.

En la segunda convocatoria es preciso superar todos aquellos procedimientos de evaluación que no hayan alcanzado el 50% en primera convocatoria, salvo la Evaluación Continua en clase, que no es recuperable.

Procedimiento	Peso primera convocatoria	Peso segunda convocatoria
Evaluación Continua en Clase: Prácticas	10 %	10 %
Evaluación Continua: Prueba I	20 %	20 %
Evaluación Continua: Prueba II	30 %	30 %
Examen Final	40 %	40 %
Total	100 %	100 %

Evaluación excepcional:

La evaluación excepcional consistirá en la entrega de la Prácticas (10%), de la Prueba I (20%), Prueba II (30%) y Examen Final (40%), con los mismos requisitos y las mismas fechas fijadas en la evaluación ordinaria.

En el caso de los alumnos que participen en el programa Universitario Cantera, la calificación se determinará en función del desempeño de las tareas que les sean asignadas en el marco del programa.

12. Recursos de aprendizaje y apoyo tutorial:

PLATAFORMA MOODLE
TUTORÍAS ONLINE (email, foro, videoconferencia)
TUTORÍAS PRESENCIALES

13. Calendarios y horarios:

De acuerdo en lo publicado en la página web del título.



UNIVERSIDAD DE BURGOS
ECONOMÍA Y ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

14. Idioma en que se imparte:

ESPAÑOL