



La Empresa y su Entorno

Grado en Turismo



UNIVERSIDAD
NEBRIJA

GUÍA DOCENTE

Asignatura: La Empresa y su Entorno

Titulación: Grado en Turismo

Carácter: Básica

Idioma: Castellano / Inglés

Modalidad: Presencial

Créditos: 6

Curso: 1º

Semestre: 1º

Profesores/Equipo Docente: Prof. Dr. Jorge Hernando Cuñado

1. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

1.1. Conocimientos y Contenidos

K1. Conocer los fundamentos del turismo así como comprender su carácter transversal a través del estudio de sus diferentes dimensiones: económica, espacial, social, cultural, medioambiental, legal, etc.

K3. Conocer desde un punto de vista teórico y práctico los rasgos léxicos, sintácticos y discursivos de lenguas extranjeras orientados al turismo.

K5. Conocer las técnicas y métodos para el análisis económico y financiero de las empresas turísticas.

K8. Conocer desde un punto de vista teórico y práctico los mecanismos para la adecuada gestión de destinos turísticos, desde la política turística, la planificación, los modelos de desarrollo, recusos, tipologías turísticas, impactos generados por el turismo, la sostenibilidad de los destinos.

K10. Conocer las técnicas de innovación, digitalización y las nuevas tecnologías que se aplican en los productos, servicios y destinos turísticos.

1.2. Habilidades y Destrezas

S1. Interpretar datos cualitativos y cuantitativos que sean relevantes para la toma de decisiones en el ámbito turístico.

S2. Aplicar los instrumentos de gestión sostenible y modelos para la planificación y gestión de destinos turísticos.

S3. Manejar técnicas de análisis interno y externo y métodos financieros para la creación, gestión y dirección de empresas turísticas.

S4. Usar con fluidez los conocimientos de lenguas extranjeras para el intercambio de información relativa al turismo.

S5. Aplicar habilidades de gestión del tiempo, de comunicación, liderazgo y gestión de equipos en turismo.

S6. Utilizar las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) en el ámbito académico y en los distintos ámbitos del turismo.

S7. Integrar los principios y valores democráticos y los Objetivos de Desarrollo Sostenible en el proceso de generación de proyectos turísticos.

1.3. Competencias

C1. Recurrir a las técnicas y métodos aprendidos para tomar decisiones en la práctica de la profesión, sea en empresas del sector turismo o instituciones públicas.

C2. Transmitir a todo tipo de audiencias, nacionales e internacionales, de manera clara y precisa conocimientos y soluciones para los problemas que se plantean en el mundo empresarial o en los destinos turísticos.

2. CONTENIDOS

2.1. Requisitos previos

Ninguno.

2.2. Descripción de los contenidos

Análisis del entorno general de la empresa en sus aspectos económico, político, social y tecnológico. Especial énfasis en el entorno económico, estudiando la naturaleza y objetivos de la empresa, los distintos tipos de empresa, sus diversas formas de desarrollo y sus interrelaciones con otros agentes económicos. Introducción a las distintas áreas funcionales de la empresa, buscando ofrecer una visión de conjunto de todas sus actividades.

La asignatura se presenta como una visión global de la empresa, tanto desde una perspectiva externa - su relación con el entorno - como desde una perspectiva interna - fundamentos de la gestión empresarial e introducción a las distintas áreas funcionales de la empresa.

2.3. Contenido detallado

1. INTRODUCCION A LA EMPRESA TURÍSTICA

La empresa y el empresario.

El papel y objetivos de la empresa

El papel del empresario en la economía

El espíritu emprendedor

Tipos de empresas

Ética empresarial y personal. Responsabilidad Social Corporativa en el sector turístico.

2. EL ENTORNO DE LA EMPRESA EN EL SECTOR TURISMO

Cambio y entorno

Competencia y competitividad

Agentes del entorno empresarial

El enfoque estratégico de la empresa

Formas de desarrollo de la empresa

3. FUNDAMENTOS DE DIRECCIÓN DE EMPRESAS

El papel de los directivos

Las funciones directivas

Tipos de dirección y estilos directivos

La toma de decisiones

Poder, autoridad e influencia

Liderazgo

Delegación y control

4. LA GESTIÓN DE RECURSOS HUMANOS EN SEL SECTOR TURISMO

Motivación
 Información y comunicación interna
 Selección de personal
 Formación de personal
 Evaluación e incentivos

5. LA PRODUCCIÓN Y LOS SERVICIOS TURÍSTICOS

La función de producción
 El diseño del sistema productivo
 La gestión del sistema productivo

6. EL MARKETING Y LA ACTIVIDAD COMERCIAL TURÍSTICA

La gestión de marketing en la empresa
 Análisis del mercado y la demanda
 Investigación e Información comercial
 El plan de marketing
 El producto
 La distribución
 El precio
 La comunicación

7. FINANZAS BÁSICAS PARA EL TURISMO

La función financiera de la empresa
 El entorno financiero y las decisiones financieras
 Fuentes de financiación
 Política de inversiones
 El equilibrio financiero de la empresa

2.4. Actividades dirigidas

Durante el curso se podrán desarrollar algunas de las actividades, prácticas, memorias o proyectos siguientes, u otras de objetivos o naturaleza similares, que recibirán calificación:

- Actividad Dirigida 1 (AD1): Análisis de una empresa turística
- Actividad Dirigida 2 (AD2): Learning Log
- Actividad Dirigida 3 (AD3): Caso: El turismo en España

2.5. Actividades formativas

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	% de PRESENCIALIDAD
Clases de taller teórico- prácticas	45	30
Tutorías	10	6.6
Estudio Individual	45	30
Trabajo de asignatura	50	33.3

3. SISTEMA DE EVALUACIÓN

3.1. Sistema de calificaciones

El sistema de calificaciones finales se expresará numéricamente del siguiente modo:

- 0 - 4,9 Suspenso (SS)
- 5,0 - 6,9 Aprobado (AP)
- 7,0 - 8,9 Notable (NT)
- 9,0 - 10 Sobresaliente (SB)

La mención de "matrícula de honor" podrá ser otorgada a alumnos que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9,0.

3.2. Criterios de evaluación

Convocatoria ordinaria

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Participación, prácticas, proyectos o trabajo de asignatura	40%
Exámenes parciales	10%
Examen final	50%

Convocatoria extraordinaria

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Presentación de trabajos y proyectos	30%
Examen final	70%

3.3. Restricciones

Calificación mínima

Para poder hacer media con las ponderaciones anteriores es necesario obtener al menos una calificación de 5 en la prueba final.

Asistencia

El alumno que, injustificadamente, deje de asistir a más de un 25% de las clases presenciales podrá verse privado del derecho a examinarse en la convocatoria ordinaria.

Normas de escritura

Se prestará especial atención en los trabajos, prácticas y proyectos escritos, así como en los exámenes tanto a la presentación como al contenido, cuidando los aspectos gramaticales y ortográficos. El no cumplimiento de los mínimos aceptables puede ocasionar que se resten puntos en dicho trabajo.

- Falta ortográfica leve: -0,1 (tildes, puntuación, mayúsculas, etc.)
- Falta ortográfica grave: -0,5 (estructura y contenido, palabras ininteligibles)

3.4. Advertencia sobre plagio

La Universidad Antonio de Nebrija no tolerará en ningún caso el plagio o copia. Se considerará plagio la reproducción de párrafos a partir de textos de auditoría distinta a la del estudiante (Internet, libros, artículos, trabajos de compañeros...), cuando no se cite la fuente original de la que provienen. El uso de las citas no puede ser indiscriminado. **El plagio es un delito.**

En caso de detectarse este tipo de prácticas, se considerará **falta grave** y se podrá aplicar la sanción prevista en el Reglamento del Alumno.

4. BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía básica

- BARROSO CASTRO, C. (Coords) (2012). Economía de la Empresa. Pirámide. Madrid.
CASANOVA, R., & VILLAR, L. (2019). *Introducción a la gestión de empresas turísticas*. Madrid: Editorial Síntesis.
FUENTES, M.; CORDÓN, E. (Coords) (2014): Fundamentos de dirección y administración de empresas. Pirámide. Madrid
ROBBINS, S.P. y JUDGE. T.A. (2017). Comportamiento Organizacional. Pearson. México.

Bibliografía recomendada

- FERREL.O.C.; HIRT, G. y FERREL. L (2022). M: Business. McGrawHill
GATES. B. How to avoid a climate disaster (2021). Penguin.
GUTIÉRREZ, O. (2016): Fundamentos de Administración de Empresas, Pirámide, Madrid
KISHTAINY, N. (2011). El libro de la economía. Ed. Akal DK
KOTLER, P; KARTAJAYA H. y SETIAWAN.I. (2021). Marketing 5.0. LID Editorial
KOTTER, J.P. (2012) Leading change. Harvard Business Review.
RICO, M.G. Y SACRISTÁN, M. (2017): Fundamentos Empresariales, Esic Editorial, Madrid