



Creación y Gestión
de Proyectos
Hoteleros
Grado en Turismo



UNIVERSIDAD
NEBRIJA

GUÍA DOCENTE

Asignatura: Creación y Gestión de Proyectos Hoteleros

Titulación: Grado en Turismo

Carácter: Optativa

Idioma: Castellano / Inglés

Modalidad: Presencial

Créditos: 6

Curso: 4º

Semestre: 2º

Profesores/Equipo Docente: Prof. Pilar Calleja Fernández

1. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

1.1. Conocimientos y Contenidos

K4. Conocer y explicar los conceptos teóricos y prácticos relativos a la creación, gestión y dirección de empresas turísticas en el ámbito nacional e internacional.

K6. Conocer la gestión, operaciones y procesos de empresas turísticas (alojamiento, intermediación, organización de eventos, etc.)

K7. Comprender las funciones de dirección de las organizaciones turísticas y de sus diferentes áreas y departamentos.

1.2. Habilidades y Destrezas

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

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

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.

C3. Participar en proyectos técnicos en el ámbito turístico, asumiendo responsabilidades en la toma de decisiones y en la gestión de equipos.

C4. Producir soluciones creativas para satisfacer las necesidades que planteen los actores del sector turístico, o que emerjan a raíz de situaciones imprevistas.

2. CONTENIDOS

2.1. Requisitos previos

No se consideran ninguno en especial, a excepción de tener superadas las asignaturas de la materia Fundamentos Turísticos.

2.2. Descripción de los contenidos

La asignatura prepara al alumno en las diferentes etapas que integran el desarrollo de un proyecto turístico hotelero, dotándole de los instrumentos técnicos y experiencias para conseguir, que la elección de los componentes del proyecto sean los adecuados (localización, dimensión, inversión, financiación, etc.).

2.3. Contenido detallado

PLAN DE NEGOCIO PARA PUESTA EN MARCHA DE UN HOTEL TIPO BOUTIQUE. PARTE PRIMERA.

En la 1ª fase del proyecto, se definen las características internas de un hotel, según aquellas ideadas por cada alumno (posible emprendedor), su geoposicionamiento, y análisis de todas las fases que conforman su salida al mercado, a la espera de desarrollar la 2ª parte del plan económico-financiero.

- I. **ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN INTERNA**
- II. **ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN EXTERNA**
- III. **PLAN DE MARKETING**
- IV. **MARKETING MIX**
- V. **DAFO**
- VI. **OBJETIVOS**

PLAN DE NEGOCIO PARA PUESTA EN MARCHA DE UN HOTEL. PARTE SEGUNDA.

En esta 2ª fase se desarrolla un estudio económico – financiero que dará como resultado la viabilidad o no del proyecto definido.

1. INVERSIÓN

- 1.1 Terreno
- 1.2 Construcción
- 1.3 Equipamiento zonas comunes
- 1.4 Equipamiento habitaciones
- 1.5 Equipamiento cocina y comedor
- 1.6 Otros a invertir
- 1.7 Inversión total (desglose)

2. ESTRUCTURA FINANCIERA

- 2.1 Plan de financiación.

Consejos útiles

- 3. EXPLOTACION**
- 3.1 INGRESOS**
- 3.2 SALARIOS Y RRHH**
- 3.3 COSTES DIRECTOS**
- 3.4 COSTES GENERALES**
- 3.5 ESTADOS FINANCIEROS**
- 3.6 CASH FLOW**
- 3.7 AMORTIZACIONES**
- 3.8 PRÉSTAMO**
- 3.9 CONCLUSIONES**

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:

Actividad Dirigida 1 (AD1): BUSINESS PLAN

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	50%
Exámenes parciales	0%
Examen final	50%

Convocatoria extraordinaria

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Presentación de trabajos y proyectos (Prácticas individuales y trabajo en equipo)	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 el examen 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:

Izaguirre Sotomayor, M. H (2014). Gestión y marketing de servicios turísticos y hoteleros. Ecoe Ediciones.

Biosca Vidal, D. (2004). 125 Ideas para bajar costes en la hostelería. Barcelona: Gestión 2000.

Broto, C. (2013). Diseño de hoteles:1000 ideas. Barcelona.

Hudson, J. (2010). Arquitectura de interiores: del boceto a la construcción [traducción, Roberto R. Bravo]. Barcelona: Blume.

Entrevista a Antonio Catalán, Presidente de AC Hoteles [Texto impreso]: claves para el presente y el futuro del sector, Luis Vives.

Bibliografía complementaria:

Albarellos, A. (2019): Marketing de Experiencias y Emociones en Hotelería: Ideas para lograr ventajas competitivas sostenibles en servicios hoteleros.

Fernández Casado, A. (2014). Manual práctico de dirección de hoteles, marketing y ventas online del siglo XXI (La Catedra Hotelera).

López-Chicheri Mirecki, J. (2018). La nueva Distribución Hotelera: Todo lo que debes saber. Círculo Rojo editorial.

Socías Salvá, A.; Horrach Roselló, P.; Mulet Forteza, C.; Llull Gilet, A.; Herranz Bascones, R.; Pons Florit, D.; Jover Arbona, G.; Nadal Jomar, B. (2018). Contabilidad financiera: El Plan General de Contabilidad. Supuestos. (Economía y Empresa). Ed Piramides.