Internacionalización en el Sector Turístico

Grado en Turismo

UNIVERSIDAD NEBRIJA

GUÍA DOCENTE

Asignatura: Internacionalización en el sector turístico

Titulación: Grado en Turismo

Carácter: Optativa

Idioma: Castellano

Modalidad: Presencial

Créditos: 6

Curso: 3º

Semestre: 2º

Profesores/Equipo Docente: Prof. Dra. María del Mar Rodríguez Santamaría

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.

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

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 lo actores del sector turístico, o que emerjan a raíz de situaciones imprevistas.

2. CONTENIDOS

2.1. Requisitos previos

No se considera ninguno en especial.

2.2. Descripción de los contenidos

Esta asignatura aborda los principales aspectos que un profesional del sector turístico debe manejar a la hora de comenzar el proceso de internacionalización de una empresa. Se dotará a los alumnos de una visión internacional de los mercados con el fin de que conozcan los aspectos básicos sobre relaciones internacionales necesarios para desenvolverse en un contexto globalizado e internacional.
El objetivo de la asignatura es que los estudiantes aprendan las fases del proceso de internacionalización y sean capaces de plantear y decidir entre las diversas posibilidades de actuación para la internacionalización de las empresas turísticas.

2.3. Contenido detallado

Primera parte

1. Contexto general: internacionalización y globalización
2. El turismo: un sector económico globalizado (Antecedentes históricos)
3. Implicaciones de la globalización para el sector turístico: motores de la globalización en el turismo. Implicaciones para la oferta y la demanda.
4. Oferta y demanda turística en un entorno globalizado. Empresas turísticas, alojamiento, transporte, restauración, oferta turística complementaria. Intermediación, distribución.
5. Instituciones, organizaciones y asociaciones turísticas de ámbito internacional. Cooperación internacional entre agentes del ecosistema turístico.

Segunda parte

6. Principales grupos hoteleros internacionales y sus estrategias de internacionalización. (Accor, Marriott, OYO, Jin Jang, Hilton…).
7. Procesos de internacionalización de otros agentes turísticos.
8. La internacionalización de las principales cadenas hoteleras españolas

Tercera parte

9. Internacionalización de destinos turísticos
10. Estrategias de posicionamiento internacional

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): Trabajo individual. Análisis de un grupo hotelero internacional.
- Actividad Dirigida 2 (AD2): Desarrollo de un plan de internacionalización de un destino turístico (nacional o internacional).

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	0 %
Examen final	60 %

Convocatoria extraordinaria

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Presentación de trabajos y proyectos (Prácticas individuales y trabajo en equipo)	30%
Examen final presencial	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

Arteaga Ortiz, J. (2023). Manual de internacionalización. Técnicas, herramientas y estrategias necesarias para afrontar con éxito el proceso de internacionalización (3a ed.). ICEX.

Casanueva, C., Gallego, M; Rodríguez, A; Sancho, M. (2024). El sistema turístico. Agentes y organizaciones. Pirámide.

Martin Rojo, I; Gaspar González, A. (2007). Crecimiento e internacionalización de empresas. Síntesis.

Martin Rojo, I. (2020). Dirección y gestión de empresas del sector turístico, Editorial Pirámide.

World Tourism Organization (2024), International Tourism Highlights, 2024 Edition, November 2024, UN Tourism, Madrid, DOI: https://doi.org/10.18111/9789284425808

Bibliografía complementaria

Arteaga Ortiz, J., Peña Miranda, D. D., & Fernández del Hoyo, A. P. (2023). Una aproximación al proceso de internacionalización de las empresas turísticas. Revista Facultad De Ciencias Económicas, 31(2), 117-136. UNMG. https://doi.org/10.18359/rfce.6763

Andersen, O. (2000). Internationalization and market entry mode: A review of theories and conceptual frameworks. MIR: Management International Review, 27-42.

Baroco, C., Anselmo de Castro, E.; Costa, C. (2016). The choice of a destination to enter. En: Routledge Handbook of Hotel Chain Management, 119-125

Breda, Z., & Costa, C. (2013). Going International: Challenges and Strategies for European Tourism Businesses. Trends in European Tourism Planning and Organisation, 60, 156.

Breda, Z.; Costa, C. (2020). “Internationalization of the hotel industry: evidence from Portugal”. Public Policy Portuguese Journal, Volume 5, Number 2, pp. 81 - 96

Casado Fernández. L. (2018). Turismo internacional: evolución global y análisis de las ciudades europeas. (Tesis fin de grado. Universidad Pontificia de Comillas.

Claver, E; Quer R. (2000). Estrategias e internacionalización de la empresa. Editorial Club Universitario.

Dunning, JH; Kundu S.K. (1995). “The internationalization of the Hotel Industry- Some new findings from a field study”. Management International Review, nº 43.

Garcia Cruz, R. (2000). La internacionalización de las empresas. Casos prácticos. Grupo editorial Atril 97, S.L.

Johanson, J. y Vahlne, J. E. (2009). The Uppsala internationalization process model revisited: From liability of foreignness to liability of outsiders. Journal of International Business Studies, 40, 1411-1431. https://doi.org/10.1057/jibs.2009.24

Hjalager, A. (2007). M. Stages in the economic globalization of tourism. Annals of tourism research, 34(2), 437-457.

Instituto Nacional de Estadística (2022). Estadística de movimientos turísticos en Fronteras (Frontur).

Shaw, G., & Williams, A. M. (1994). Critical issues in tourism: a geographical perspective. Blackwell Publishers.

VV.AA (2024). La actividad turística española en 2023 (Edición 2024), AECIT. Síntesis.

Williams, A. M., & Shaw, G (2011). Internationalization and innovation in tourism. Annals of Tourism Research, 38(1), 27-51.

Otros recursos

Instituto Nacional de Estadística (Movimientos en fronteras)

Secretaria de Estado de Turismo

Turespaña

Web corporativas de los principales grupos hoteleros internacionales y compañías de cruceros

Prensa digital especializada:

Hosteltur.com
Tecnhohoteles.com
Agenttravel.es
Gacetadelturismo.com
Skitf.com
Cruisesnews.es