

GRADO EN TURISMO

Asignatura	Organización y Gestión de Empresas Turísticas	Código	800010
Módulo	Formación básica	Materia	Empresa
Carácter	Básica	Créditos	6
Plan de estudios	0810 - Grado en Turismo (2009-10)	Curso y Semestre	2º curso Semestre 1

Departamento responsable	Organización de Empresas y Marketing
Coordinador/a de la asignatura	Jorge Cruz González
Curso académico	2021/2022

SINOPSIS

BREVE DESCRIPTOR

Concepto de empresa y de organización. Empresa y empresario. Tipos de empresas turísticas. Análisis económico de la empresa turística. Propiedad, dirección y gobierno de la empresa. Funciones y niveles de dirección. Decisiones estratégicas, tácticas y operativas. Las áreas funcionales de la empresa. El diseño de la organización turística. Organización formal e informal. Tipos de estructuras organizativas para empresas de turismo y ocio. Cultura organizativa.

CONOCIMIENTOS PREVIOS RECOMENDADOS

No se han establecido prerequisites.

OBJETIVOS FORMATIVOS

Resultados de aprendizaje

Los/as alumnos/as:

- Aprenderán a descubrir los principales impactos socioculturales del turismo.
- Tendrán una visión global de micro y macroeconomía que les permitirá comprender el entorno económico de la actividad turística a nivel nacional e internacional.
- Sabrán reconocer el turismo y el ocio como fenómeno social.
- Identificarán los diferentes tipos de empresas turísticas y tendrán nociones básicas sobre sus áreas funcionales

Competencias

Generales:

- CG1: Capacidad de análisis y de síntesis.
- CG2: Comunicación oral y escrita en lengua nativa.
- CG3: Resolución de problemas.
- CG4: Razonamiento crítico.

Específicas:

- CE1: Comprender los principios del turismo: su dimensión espacial, social, cultural, política, laboral y económica.
- CE5: Aplicar metodología de investigación para resolver los problemas empíricos que se plantean en el ámbito del turismo.
- CE6: Desarrollar una marcada orientación de servicio al cliente.
- CE9: Analizar, sintetizar y resumir críticamente la información económico-patrimonial de las organizaciones turísticas.
- CE10: Gestionar los recursos financieros.
- CE11: Definir objetivos, estrategias y políticas comerciales.
- CE12: Dirigir y gestionar los distintos tipos de organizaciones turísticas.
- CE22: Planificar y gestionar los recursos humanos de las organizaciones turísticas.

CONTENIDOS TEMÁTICOS (Programa de la asignatura)

Tema 1. La empresa turística

- 1.1. La naturaleza de la empresa
- 1.2. Tipos de empresa
- 1.3. Los objetivos de la empresa
- 1.4. El entorno de la empresa turística

Tema 2. El empresario y la dirección de la empresa turística

- 2.1. La propiedad y la dirección en la empresa
- 2.2. El empresario y la creación de empresas
- 2.3. La función directiva
- 2.4. El conocimiento y las TIC en la dirección de la empresa turística

Tema 3. Opciones estratégicas de la empresa turística

- 3.1. Estrategia empresarial
- 3.2. Posicionamiento competitivo
- 3.3. Ámbito de la empresa
- 3.4. Formas de crecimiento empresarial

Tema 4. La organización de la empresa turística

- 4.1. La estructura organizativa
- 4.2. Parámetros de diseño organizativo
- 4.3. Factores contingentes del diseño organizativo
- 4.4. Modelos de estructura organizativa

Tema 5. La dirección de personas en la empresa turística

- 5.1. La función de la dirección de personas
- 5.2. Reclutamiento y selección
- 5.3. Sistemas de evaluación y retribución
- 5.4. Desarrollo del talento y fin de la relación laboral

Tema 6. La dirección de operaciones en la empresa turística

- 6.1. La función de operaciones
- 6.2. Decisiones de producto/servicio y proceso productivo
- 6.3. Capacidad, localización y distribución en planta
- 6.4. Planificación y control de las operaciones

Tema 7. La dirección comercial en la empresa turística

- 7.1. La función comercial
- 7.2. Investigación de mercados y segmentación consumidor
- 7.3. Decisiones de producto y precio
- 7.4. Decisiones de distribución y comunicación comercial

Tema 8. La dirección financiera en la empresa turística

- 8.1. El sistema financiero
- 8.2. La función financiera
- 8.3. Decisiones de inversión
- 8.4. Decisiones de financiación

ACTIVIDADES DOCENTES	HORAS	PRESENCIALIDAD
Asistencia y participación activa en clase	45	100%
Trabajo guiado	27.5	55 %
Trabajo autónomo del/la alumno/a	40	0%
Trabajo grupal del/la alumno/a	25	0%
Otras actividades	12.5	0%

EVALUACIÓN

Sistema de evaluación	Participación en la Nota Final
Pruebas orales y/o escritas	60% (50% examen final // 10% test intermedio no liberatorio)
Trabajos en equipo y/o individuales e informes	30%
Participación y actitud del/la alumno/a en clase a lo largo del semestre	10%

Observaciones sobre la evaluación:

Para que se haga media con el resto de los componentes de evaluación, el/la alumno/a deberá obtener una calificación mínima de 4 puntos sobre 10 en el examen final.

Las actividades de evaluación continua realizadas durante el cuatrimestre no son recuperables en convocatoria extraordinaria. En el caso de no superar la asignatura en convocatoria ordinaria, las calificaciones obtenidas en las actividades de evaluación continua se mantienen para la convocatoria extraordinaria, aplicándose los mismos porcentajes para el cálculo de la nota final. El único componente recuperable en convocatoria extraordinaria es el examen final (con un peso del 50% en la nota final).

La ausencia a un 40% de las clases prácticas conlleva una calificación de 0 en el componente de evaluación correspondiente a trabajos e informes.

RECURSOS

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

Montoro Sánchez, M.A.; Díez Vial, I.; Martín de Castro, G. (2020). *Fundamentos de administración de empresas (4ª edición)*. Thomson Reuters-Civitas.

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

Cuervo, A. (2008). *Introducción a la administración de empresas (6ª edición)*. Thomson Civitas.

Gallego Águeda, M.A.; Casanueva Rocha, C. (2016). *Dirección y organización de empresas turísticas (2ª edición)*. Pirámide.

García Gómez, M.C.; Montoro Sánchez, M.A. (2010). *Fundamentos de dirección y organización de empresas turísticas*. Thomson Reuters-Civitas.

Martín Rojo, I. (2020). *Dirección y gestión de empresas del sector turístico (6ª edición)*. Pirámide.

INFORMACIÓN ADICIONAL

ADAPTACIÓN DE LA DOCENCIA DURANTE LA CRISIS SANITARIA PROVOCADA POR COVID-19

Plan Docente de Actuación de la Facultad de Comercio y Turismo para el curso 2021-2022

Ante la situación de crisis sanitaria provocada por COVID-19, el desarrollo de la asignatura se adaptará al modelo de organización de la docencia según diferentes escenarios (docencia presencial, semipresencial o en línea) y actuaciones que se concreten conforme a las directrices marcadas desde el Gobierno, la Comunidad Autónoma de Madrid, la Universidad Complutense de Madrid y la Facultad de Comercio y Turismo.

Información sobre el Plan Docente de Actuación para el curso 2021/2022: <https://comercioyturismo.ucm.es/marco-estrategico-para-la-docencia-crisis-covid-19>

IDIOMA EN QUE SE IMPARTE

Castellano

OTRA INFORMACIÓN

<https://comercioyturismo.ucm.es/>