



FACULTAD DE COMERCIO Y TURISMO  
UNIVERSIDAD COMPLUTENSE  
DE MADRID

## GRADO EN TURISMO

<b>Asignatura</b>	Creación de Empresas Turísticas	<b>Código</b>	800035
<b>Módulo</b>		<b>Materia</b>	
<b>Carácter</b>	Optativo	<b>Créditos</b>	6
<b>Curso</b>	3º / 4º	<b>Semestre</b>	2º

<b>Departamento Responsable</b>	Organización de Empresas
<b>Coordinador/a</b>	Ver listado de Coordinadores/as <a href="https://comercioyturismo.ucm.es/coordinadores-de-las-asignaturas">https://comercioyturismo.ucm.es/coordinadores-de-las-asignaturas</a>

## SINOPSIS



FACULTAD DE  
COMERCIO Y TURISMO

### BREVE DESCRIPTOR

La asignatura de Creación de Empresas pretende animar a los estudiantes a crear su propio negocio. Para ello, transmite los conocimientos científicos y técnicos básicos de la creación de empresas y de la elaboración de un plan de negocio. La práctica de la asignatura conducirá al planteamiento de un plan de negocio centrado en las áreas del comercio y/o turismo.

### CONOCIMIENTOS PREVIOS RECOMENDADOS

No se exigen requisitos especiales. Se recomiendan conocimientos básicos sobre dirección de empresas y las distintas áreas funcionales de la misma (marketing, operaciones, organización y recursos humanos, contabilidad y finanzas...)

### OBJETIVOS FORMATIVOS

### RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- Fomentar el espíritu emprendedor entre los alumnos
- Formar al alumno en el proceso de creación y puesta en marcha de una empresa

### COMPETENCIAS

Generales: CG1: Capacidad de análisis y síntesis.

CG2: Comunicación oral y escrita en lengua nativa.

CG3: Resolución de problemas.

CG4: Razonamiento crítico.

CG5: Aprendizaje autónomo.

CG6: Trabajo en equipo.



Específicas: CE1: Comprender los principios del turismo: su dimensión espacial, social, cultural, política, laboral y económica

CE3: Conocer la evolución del producto turístico en el marco de la actual sociedad del ocio

CE6: Desarrollar una marcada orientación de servicio al cliente

CE8: Evaluar los potenciales turísticos y el análisis prospectivo de su explotación

CE9: Analizar, sintetizar y resumir críticamente la información económico y 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

CE13: Manejar técnicas de comunicación

CE17: Identificar y gestionar espacios y destinos turísticos

CE22: Planificar y gestionar los recursos humanos de las organizaciones turísticas

CE23: Comprender el funcionamiento de los destinos, estructuras turísticas y sus sectores empresariales en el ámbito mundial

### CONTENIDOS TEMÁTICOS (Programa de la asignatura)

## TEMA 1. INTRODUCCIÓN

- 1.1. Mentalidad emprendedora
- 1.2. Implicaciones de la creación de empresas para la economía y la sociedad
- 1.3. Entorno del emprendedor
- 1.4. Características del emprendedor

## TEMA 2. LA OPORTUNIDAD DE NEGOCIO

- 2.1. Creatividad e innovación
- 2.2. Fuentes de oportunidades
- 2.3. La propuesta de valor
- 2.4. Cliente y necesidad

## TEMA 3. EL MODELO Y EL PLAN DE NEGOCIO

- 3.1. Modelo de negocio: componentes
- 3.2. Tipos de modelos de negocio
- 3.3. Contraste de hipótesis
- 3.4. Plan de negocio

## TEMA 4. LA ESTRATEGIA

- 4.1. Misión, visión y objetivos del negocio
- 4.3. Análisis competitivo
- 4.4. Ventaja competitiva
- 4.5. Planes de crecimiento y salida

## TEMA 5. EL MARKETING

- 5.1. Marketing estratégico
- 5.2. Embudo de conversión
- 5.3. Métricas clave por etapas
- 5.4. Cálculo de ventas estimadas

## TEMA 6. LAS OPERACIONES

- 6.1. Objetivos de las operaciones
- 6.2. Producto mínimo viable
- 6.3. Proceso interno y cadena de valor
- 6.4. Capacidad, dimensión localización y distribución en planta

## TEMA 7. LAS FINANZAS

- 7.1. Inversiones
- 7.2. Fuentes de financiación por etapas
- 7.3. Estados financieros
- 7.4. Ratios esenciales

## TEMA 8. LA PUESTA EN MARCHA

- 8.1. Forma jurídica
- 8.2. Organigrama y cronograma
- 8.3. Capital humano
- 8.4. Liderazgo y dirección



ACTIVIDADES DOCENTES	HORAS	PRESENCIALIDAD
Asistencia y participación activa en clase	45	100
Trabajo guiado	27,5	50
Trabajo autónomo del/la alumno/a	40	0
Trabajo grupal del/la alumno/a	25	0



Otras actividades	12,5	
EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN		
Pruebas orales y/o escritas	50%	
Trabajo e informes	20%	
Presentaciones	15%	
Participación y actitud del/la alumno/a en clase a lo largo del semestre	15%	

## RECURSOS

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA
- Osterwalder, A.; Pigneur, Yves (2011): <i>Generación de modelos de negocio</i> , 21ª edición, Deusto, Barcelona.
- Ries Eric (2012): <i>El método lean startup</i> , 16ª edición, Deusto, Barcelona.
BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA
- Blank, S.; Dorf, B. (2013), <i>El manual del emprendedor</i> , 9ª edición, Gestión 2000, Barcelona.
- Kawasaki, G. (2016): <i>El arte de empezar 2.0</i> , 4ª edición, Deusto, Barcelona.
- Osterwalder, A.; Pigneur, Y.; Bernarda, G.; Smith, A. (2015): <i>Diseñando la propuesta de valor</i> , 7ª edición, Deusto, Barcelona.
- Montoro Sánchez, M.A.; Díez Vial, I.; Martín de Castro, G. (2020): <i>Fundamentos de Dirección de Empresas</i> , 4ª edición, Thomson Civitas, Cizur Menor.



Idioma en que se imparte

Español

Otra información

