

GRADO EN TURISMO

Asignatura	Creación de Empresas Turísticas	Código	800035
Módulo	Formación Complementaria en Turismo	Materia	Formación Complementaria en Administración de Empresas Turísticas
Carácter	Optativo	Créditos	6
Plan de estudios	0810 - Grado en Turismo (2009-10)	Curso y Semestre	3º o 4º (2º)

Departamento responsable	Organización de Empresas y Marketing
Coordinador/a de la asignatura	Pedro López Sáez
Curso académico	2021/2022

SINOPSIS

BREVE DESCRIPTOR
Analizar los principales aspectos relacionados con la creación de empresas turísticas: El empresario y el emprendedor. Emprendedor corporativo o "intrapreneurship". Características del emprendedor. Creatividad, innovación y la idea de negocio. Oportunidades de negocio en el sector turístico. La protección de la idea. El plan de negocio o análisis de viabilidad. Modelos de negocio. Creación propia frente a franquicia. Fuentes de capital para el nuevo negocio. Capital riesgo y "business angels". Estrategias para el crecimiento del nuevo negocio.
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
Los/as alumnos/as habrán profundizado sobre las distintas materias elegidas adquiriendo distintos conocimientos, capacidades y habilidades en función de los temas cursados. En general, habrán ampliado sus conocimientos sobre la administración de las empresas turísticas.
Competencias
Generales: - CG3 - Resolución de problemas - CG4 - Razonamiento crítico

Específicas:

- CE1 - Comprender los principios del turismo: su dimensión espacial, social, cultural, política, laboral y económica. Comprender los distintos aspectos de la actividad turística desde un punto de vista transversal, en especial las relaciones del sector con su entorno, las conductas del turista y las interrelaciones en el destino
- CE2 - Analizar la dimensión económica del turismo Comprender la dimensión macroeconómica y microeconómica del turismo, así como a los agentes económicos para su identificación y adecuada valoración
- CE3 - Conocer la evolución del producto turístico en el marco de la actual sociedad del ocio Comprender la progresiva complejidad y diversificación del turismo como producto para mantener una actitud positiva y racional en el desarrollo de la actividad y poder adoptar decisiones abiertas y reflexivas en la actual sociedad de ocio
- CE6 - Desarrollar una marcada orientación de servicio al cliente Conocer y atender las necesidades y expectativas del consumidor de productos y servicios turísticos para conseguir la excelencia en las relaciones
- CE9 - Analizar, sintetizar y resumir críticamente la información económico-patrimonial de las organizaciones turísticas Comprender la situación patrimonial (económico-financiera) y los resultados derivados de la gestión de las empresas turísticas y cómo se elabora dicha información para la toma de decisiones
- CE10 - Gestionar los recursos financieros Conocer y comprender los principales conceptos económico-financieros que afectan a la empresa turística, así como las herramientas que hay que utilizar para desarrollar una adecuada gestión de sus recursos financieros para poder tomar decisiones de inversión y financiación, poder resolver situaciones de desequilibrios financieros y aprovechar oportunidades de mejora
- CE11 - Definir objetivos, estrategias y políticas comerciales Saber cómo definir objetivos comerciales y tomar decisiones sobre estrategias y políticas comerciales para elaborar un plan de marketing en las empresas turísticas
- CE12 - Dirigir y gestionar los distintos tipos de organizaciones turísticas Conocer los principios básicos de dirección y gestión de empresas, así como los distintos modelos de estructura organizativa para su aplicación a las empresas y organizaciones turísticas
- CE13 - Manejar técnicas de comunicación Adquirir habilidades de comunicación para su aplicación en los ámbitos interno y externo de las empresas y organizaciones turísticas
- CE14 - Comprender el marco legal que regula las actividades turísticas Conocer la normativa vigente que afecta al sector y a los distintos tipos de empresas turísticas para ser capaz de planificar y desarrollar la actividad de acuerdo con la normativa reguladora
- CE19 - Conocer el procedimiento operativo de los distintos subsectores de la actividad turística Conocer las áreas operativas de las distintas modalidades de alojamientos, restauración, distribución e intermediación para realizar un análisis completo de su proceso productivo
- CE20 - Analizar y utilizar las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) en los distintos ámbitos del sector turístico. Conocer las TIC como herramientas esenciales para la gestión, promoción y comercialización de las empresas e instituciones del sector turístico, tanto a nivel interno de la empresa como a nivel externo
- CE22 - Planificar y gestionar los recursos humanos de las organizaciones turísticas Conocer y comprender los principios y herramientas necesarios para diseñar e implantar las estrategias y políticas de recursos humanos más adecuadas en las empresas turísticas
- CE24 - Trabajar en medios socioculturales diferentes Desarrollar aptitudes y sensibilidad para comprender costumbres y ámbitos culturales diferentes, ya sea en países extranjeros como en su propia ciudad

CONTENIDOS TEMÁTICOS (Programa de la asignatura)

TEMA 1. INTRODUCCIÓN

- 1.1. Definición y conceptos esenciales
- 1.2. Tipos de emprendimiento
- 1.3. Entorno emprendedor
- 1.4. El proceso emprendedor

TEMA 2. PROPUESTA DE VALOR

- 2.1. Concepto y utilidad
- 2.2. Lienzo de propuesta de valor
- 2.3. Selección del segmento de clientes
- 2.4. Análisis competitivo

TEMA 3. MODELO DE NEGOCIO

- 3.1. Concepto y utilidad
- 3.2. Componentes
- 3.3. Tipología
- 3.4. Selección de "cabeza de playa"

TEMA 4. DESARROLLO Y VALIDACIÓN

- 4.1. Producto mínimo viable
- 4.2. Equipo emprendedor
- 4.3. "Tracción"
- 4.4. Financiación del desarrollo y validación

TEMA 5. PLAN DE NEGOCIO

- 5.1. Concepto y utilidad
- 5.2. Contenidos y estructura
- 5.3. Documentos de soporte
- 5.4. Misión, visión y objetivos del negocio

TEMA 6. CRECIMIENTO Y RENTABILIDAD

- 6.1. Definición de actividades
- 6.2. Organización, planificación y recursos humanos
- 6.3. Estimación de demanda y "growth-hacking"
- 6.4. Financiación del crecimiento y rentabilidad

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	50%
Presentación en clase	30%
Trabajos en equipo y/o individuales e informes	10%
Participación y actitud del/la alumno/a en clase a lo largo del semestre	10%

Observaciones sobre la evaluación:

- Es necesario asistir al 80% de las clases como mínimo.
- 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. Por lo tanto, el único componente recuperable en convocatoria extraordinaria es el examen final (con un peso del 50%).

RECURSOS

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

- Osterwalder, A.; Pigneur, Yves (2011): *Generación de modelos de negocio*, 21ª edición, Deusto, Barcelona.
- Osterwalder, A.; Pigneur, Y.; Bernarda, G.; Smith, A. (2015): *Diseñando la propuesta de valor*, 7ª edición, Deusto, Barcelona.
- Ries, E. (2012): *El método lean startup*, 16ª edición, Deusto, Barcelona.

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

- Aulet, B. (2017): *La disciplina de emprender*, 3ª edición, LID Editorial Empresarial, SL. Madrid.
- Blank, S.; Dorf, B. (2013), *El manual del emprendedor*, 9ª edición, Gestión 2000, Barcelona.
- Kawasaki, G. (2016): *El arte de empezar 2.0*, 4ª edición, Deusto, Barcelona.

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

Español

OTRA INFORMACIÓN