



Universitat de Lleida

DEGREE CURRICULUM
**MANAGEMENT BASICS OF
TOURIST BUSINESSES**

Academic year 2013-14

Subject's general information

Subject name	MANAGEMENT BASICS OF TOURIST BUSINESSES
Code	102608
Semester	2n Q Avaluació Continuada
Typology	Troncal
ECTS credits	6
Theoretical credits	0
Practical credits	0
Department	Administració d'Empreses i Gestió Econòmica dels Recursos Naturals
Important information on data processing	Consult this link for more information.
Language	Spanish
Office and hour of attention	Dimecres i dijous de 12:00 a 14:00 hores

NATALIA DARIES RAMON

Subject's extra information

The course as part of the academic plan

The assignatura Fonaments of Management of Tourist Company finds in the first course of the degree of Tourism and is therefore, an subject introductory that pretends to give to the student a global vision of the company so much since his spilling internal and external or of the surroundings. The approach of this assignatura is based in the conception of the company how a system sociotècnicoberb treating current subjects of tourist management in order to facilitate the understanding of the inherent complexity to the processes of organisation and administration of his activities. imparteixen Theoretical and practical knowledges since the formation in management of tourist companies requires that the student have skills and knowledges for can act in the field of the company. This involves that it is so much important the assimilation of the theoretical knowledges how his application in the resolution of the business problems. In this sense, the practical classes are a basic element in the learning of these skills and knowledges, since they are the necessary bridge between the theory and the practical. Relation with other assignatures of the plan of studies This subject builds on the knowledges obtained in other assignatures of the degree, especially structures of the tourist market and economy.

Learning objectives

Amb l'assignatura **Fonaments de Gestió d'Empresa Turística** es pretén que l'estudiant assoleixi els objectius següents:

1. Tenir coneixements generals sobre les empreses turístiques, les seves diferents divisions i el seu entorn.
2. Identificar els processos directius bàsics: planificació, organització, direcció i control.
3. Comprendre la importància que la gestió estratègica té al sector turístic.
4. Conèixer el temes actuals de gestió turística: PIME turística, medi ambient, RRHH i ser capaços de resoldre problemes relacionats amb aquestes índoles.

Competences

University of Lleida strategic competences

- Correctness in oral and written language.
- Master Information and Communication Technologies.
- Respect of the essential rights of equality between men and women, the promotion of Human Rights and of the values of a peace culture and democracy.
- Master a foreign language.

Degree-specific competences

- Create and direct a tourist service business which attends and responds to the surroundings in which it operates.

Goals

- Have general knowledges on the tourist companies, his different divisions and his surroundings.
- Know the current subjects of tourist management: tourist PIME, medium ambient, RRHH and be able to resolve problems related with these areas.
- Undertake the functions tied to the different functional areas of a touristic business and institutions.

Goals

- Have general knowledges on the tourist companies, his different divisions and his surroundings.
 - Identify the basic managerial processes: planning, organisation, direction and control.
 - Know the current subjects of tourist management: tourist PIME, medium ambient, RRHH and be able to resolve problems related with these areas.
-
- Relate management and tourism management objectives to achieve a satisfactory and legitimately cultural touristic experience.

Goals

- Know the current subjects of tourist management: tourist PIME, medium ambient, RRHH and be able to resolve problems related with these areas.
- Have general knowledges on the tourist companies, his different divisions and his surroundings
- Comprise the importance that the strategic management has to the tourist sector.

Degree-transversal competences

- Perform in accordance with rigor, personal commitment and quality orientation.
- Ability to organise and plan.
- Ability to analyse and synthesize.

Goals

- Identify the basic managerial processes: planning, organisation, direction and control.
-
- Team work and leadership.
 - Be able to work and learn in an autonomous way and at the same time adequately interact with others through cooperation and collaboration.

Subject contents

Subject contents

1.-COMPANY, EMPLOYER AND TOURIST SECTOR

1. Concept of company.
2. Concept of employer and business spirit.
3. Elsobjectius Of the company.
4. Type of companies.
5. The empresesdel sector tourism.
6. Particularitats Of the empreseturístiques.
7. The tourist service.

2.- THE SURROUNDINGS OF THE TOURIST COMPANY

1. The concept of surroundings and types of surroundings.
2. The general surroundings of the tourist company.
3. The specific surroundings of the tourist company.
4. Delimitation of the tourist sector.
5. Current trends in the tourist surroundings.

3.- ADMINISTRATION OF THE TOURIST COMPANY

1. The subsystem of direction of the tourist company.
2. The administration of the company as a process.
3. The management of the tourist company.
4. The types of decisions in the tourist company.
5. Particularities of the administration of the tourist company.

4.- STRATEGIC DIRECTION OF THE TOURIST COMPANY

1. The concept of strategy in the tourist company.
2. Strategic planning and levels of the strategy.
3. Strategic decisions to corporate level in the tourist company.
4. Strategic decisions to business level of the tourist company.
5. The competitions and environment of the tourist company.

5.- PLANNING AND CONTROL OF THE TOURIST COMPANY

1. The importance of the planning in the tourist sector.
2. The aims of the tourist company.
3. Instrumentalization of the planning.
4. Concept of control type.

6.- DIRECTION OF THE TOURIST COMPANY

1. Direction of individuals and groups in the tourist company.
2. Motivation of the employees in the tourist company.
3. Its leadership in the tourist company.
4. The internal communication in the enterprise.

7.- FUNDAMENTALS OF ORGANISATION OF TOURIST COMPANIES

1. Concepts of Organisation.
2. The structure of the tourist company.
3. Mechanisms of coordination.
4. Parts of the organisation of the tourist company.

8.- THE ORGANISATIONAL DESIGN IN A TOURIST COMPANY

1. Design of places of work.
2. The design of the structure.
3. The design of linkages.
4. The decentralisation in the tourist organisations.
5. The design of the tourist organisation and the surroundings.

9.- HUMAN RESOURCES MANAGEMENT IN THE TOURIST SECTOR

1. The importance of Human resources in the tourist service.
2. The process of management of the human resources.
3. The recruitment of the personnel in the tourist company.
4. The selection and the integration of personnel in the tourist company.
5. The formation in the enterprise.
6. The management of incentives in the tourist company: promotion and wages.

10.- ENVIRONMENTAL MANAGEMENT IN THE TOURIST COMPANY

1. Medium environment, sustainable development in tourism.

2. The environmental impact of the tourist activity.
3. Reasons for the environmental management of the tourist company.
4. The environmental costs.
5. The environmental management.
6. Strategic attitudes enfront of the medium ambient.

11.-MANAGEMENT OF THE TOURIST PIME

1. Particularitats Of the PIMEturística.
2. The cooperation between the tourist PIME.
3. Processes of outsourcing in the sector tourism.
4. Lafranquícia In the tourist sector.
5. The company turística familiar.

Methodology

Dates (Setmanes)	Descripció	Activitat Presencial	HTP (2) (Hores)	Activitat treball autònom	HTNP (3) (Hores)
1-3	Empresa i entorn 1.- EMPRESA, EMPRESARI I SECTOR TURÍSTIC 2.- L'ENTORN DE L'EMPRESA TURÍSTICA	Classe magistral, Debat d'articles de premsa (influència del entorn)	10'5	Estudi i preparació dels debats	15
4-7	Administració i direcció estratègica 3.- L'ADMINISTRACIÓ DE L'EMPRESA TURISTICA 4.- DIRECCIÓ ESTRATÈGICA DE L'EMPRESA TURISTICA	Classe magistral Cas pràctic (anàlisi d'estratègies) i exercicis d'arbres de decisió	14	Estudi Preparació del Cas pràctic i resolució dels exercicis.	20
8-12	Planificació, control i direcció 5.- PLANIFICACIO I CONTROL A L'EMPRESA TURISTICA 6.- DIRECCIÓ DE L'EMPRESA TURÍSTICA	Classe magistral Cas pràctic (lideratge, motivació) Resolució de problemes en equips Vídeo conferència (directius d'hotel)	17	Estudi Preparació del cas pràctic. Resolució de problemes	15

Dates (Setmanes)	Descripció	Activitat Presencial	HTP (2) (Hores)	Activitat treball autònom	HTNP (3) (Hores)
13-15	Organització 7.- FONAMENTS D'ORGANITZACIÓ D'EMPRESSES TURÍSTIQUES 8.- EL DISSENY ORGANITZATIU EN L'EMPRESA TURÍSTICA	Classe magistral Cas pràctic parts de l'organització.(amb empreses del sector) Organigrames	10'5	Estudi Cas pràctic Organització treball, selecció d'empreses turístiques	10
16	Gestió d'empreses turístiques 9.- GESTIÓ OPERACIONAL, RRHH I MEDIOAMBIENTAL DE LES EMPRESSES TURÍSTIQUES	Classe magistral Cassos pràctics (aspectes negatius del turisme) Resolució dels casos.	10'5	Estudi Desenvolupament treball Intervenció crítica	15
17-18		Exposicio oral treballs	3'5	Preparació de la presentació oral	15
9 i 19	Avaluació		4		

Evaluation

Subcompetències	Criteris d'avaluació	Activitats d'Avaluació	%	Dates	O/V (1)	I/G (2)	Observacions
		Criteris					
<p>Tenir coneixements generals sobre les empreses turístiques, les seves diferents divisions i el seu entorn.</p> <p>Identificar els processos directius bàsics: planificació, direcció i control.</p> <p>Distingir els diferents models organitzatius d'empreses turístiques</p>	<p>L'adequació de la resposta a l'enunciat de la pregunta. La correcció del contingut de la resposta.</p> <p>La coherència de les argumentacions donades a cada pregunta plantejada.</p>	<p>Prova objectiva de continguts</p>	29	<p>9 d'abril de 15:00h a 17:00h a l'aula - 1.04 FDE</p>	O	I	<p>És una activitat obligatòria.</p>

Subcompetències	Criteris d'avaluació	Activitats d'Avaluació Criteris	%	Dates	O/V (1)	I/G (2)	Observacions
<p>Ser capaç de configurar una estructura organitzativa flexible que s'adapti a les condicions de l'entorn.</p> <p>Comprendre la importància que la gestió estratègica té al sector turístic</p> <p>Conèixer el temes actuals de gestió turística: PIME turística, medi ambient, RRHH i ser capaços de resoldre problemes relacionats amb aquestes indoles</p>	<p>L'adequació de la resposta a l'enunciat de la pregunta.</p> <p>La correcció del contingut de la resposta.</p> <p>La coherència de les argumentacions donades a cada pregunta plantejada</p>	Prova objectiva de continguts	29	11 de juny de 18.00h a 20.00h a l'aula - 1.03 FDE	O	I	És una activitat obligatòria. La nota mínima per poder fer la mitjana ponderada amb la resta d'activitats ha de ser un 4.
Analitzar mitjançant un establiment temes actuals de gestió turística, treball en equip, domini TIC, correcta expressió escrita.	La naturalesa diferenciada de la informació que es pot trobar en les adreces<A[direccions adreces]> d'Internet detallades.	Treball autoavaluació	12	Finals de maig i juny	O	G	
Parlar en públic, treball en equip, domini TIC,	Correcta expressió oral, Capacita d'anàlisi i síntesi.	Exposició Oral	10	Al juny	O	G	
Resolució de casos pràctics intervencions i assistència.	Capacitat de crítica i autocrítica. Treball en equip i lideratge.	Pràctiques	10	Durant tot el semestre	V	I/G	
Anàlisi crític, intervencions a classe, assistència a conferències i sortides tècniques.	Tècniques instrumentals en l'anàlisi i solució de problemes empresarials i en la presa de decisions.	Intervencions dirigides	10	Durant tot el semestre	O	I/G	

(1)Obligatòria / Voluntària

(2)Individual / Grupal

Bibliography

Recommended bibliography

CASANUEVA ROCHA, C., GARCÍA DEL JUNCO, J. y CARO GONZÁLEZ, F.J.: Organización y gestión de empresas turísticas. Pirámide. Madrid, 2000

MARTIN ROJO, I.: Dirección y gestión de empresas del sector turístico. Pirámide. Madrid. 2003.

DÍEZ, E.P.? GARCÍA, J.? MARTÍN, F.? PERIAÑEZ, R.: Administración y Dirección. McGraw- Hill. Madrid. 2001.

DÍEZ DE CASTRO, J.? REDONDO LÓPEZ, C.: Administración de Empresas. Pirámide. Madrid. 1996.

DONNELLY, J. H.? GIBSON, J. L.? IVANCEVICH, J. M.: Fundamentos de Dirección y Administración de Empresas. Irwin, Madrid. 1995.

DORADO, J.A.: Organización y control de empresas en hostelería y turismo. Editorial Síntesis. 1997.

FIGUEROLA, M.: Elementos para el estudio de la economía de la empresa turística. Síntesis. Madrid. 1991.

GARCÍA DEL JUNCO, J.? CASANUEVA, C. (Coord.): Fundamentos de gestión empresarial. Ediciones Pirámide. Madrid. 2000.

GARCÍA DEL JUNCO, J.? CASANUEVA, C. (Coord.): Práctica de la gestión empresarial. McGraw-Hill. Madrid. 2001.