



DEGREE CURRICULUM

# MANAGEMENT BASICS OF TOURIST BUSINESSES

Coordination: MARTÍ SIMÓ, NÚRIA

Academic year 2020-21

## Subject's general information

Subject name	MANAGEMENT BASICS OF TOURIST BUSINESSES			
Code	102608			
Semester	2nd Q(SEMESTER) CONTINUED EVALUATION			
Typology	Degree	Course	Character	Modality
	Double degree: Bachelor's degree in Geography and Bachelor's degree i Tourism	1	COMMON	Attendance-based
	Bachelor's Degree in Tourism	1	COMMON	Attendance-based
Course number of credits (ECTS)	6			
Type of activity, credits, and groups	Activity type	PRAULA	TEORIA	
	Number of credits	1.8	4.2	
	Number of groups	1	1	
Coordination	MARTÍ SIMÓ, NÚRIA			
Department	BUSINESS ADMINISTRATION			
Important information on data processing	Consult <a href="#">this link</a> for more information.			
Language	Catalan			

Teaching staff	E-mail addresses	Credits taught by teacher	Office and hour of attention
MARTÍ SIMÓ, NÚRIA	nuria.marti@udl.cat	6	

## Subject's extra information

### The course as part of the academic plan

The course Foundations of Management of Tourist Company is taught in the first year of the degree in Tourism and is therefore, an introductory subject which pretends to give the student a global vision of the company both at internal and external levels or of the surroundings. The approach to this subject is based in the conception of the company as a sociotechnical system dealing with current subjects of tourist management in order to facilitate the understanding of the inherent complexity to the processes of organisation and administration of its activities. Both theoretical and practical notions are transmitted since the formation in tourist companies' management requires the student to have skills and knowledge to be able to act in the field of the company. This involves that the assimilation of the theoretical knowledge is as important as its application in the resolution of the business problems. In this respect, the practical classes are a basic element in the learning of these skills and knowledge, since they are the necessary bridge between the theory and practice. This subject is related to other subjects in the study plan, as it builds on notions obtained in other courses of the degree, especially structures of the tourist market and economy.

## Learning objectives

With this course, students should achieve the following goals:

1. Obtain general knowledge about tourist businesses, their different divisions and their environment.
2. Identify the basic directive processes: planification, organization, direction and control.
3. Understand the importance of the strategic management in the tourism management.
4. Knowledge of the current subjects of tourism management: Tourist small businesses, environment, Human Resources and to be capable to solve problems in relation to these issues.

## 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 empresedel sector tourism.
6. Particularitats Of the empreseturístiques.
7. The tourist service.

## 2.- THE SURROUNDINGS OF THE TOURIST COMPANY

1. The concept of surroundings and tipusd'surroundings.
2. The general surroundings of the tourist company.
- 3.The specific surroundings of the tourist company.
4. Delimitation delsector tourist.
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 managerial of thetourist company.
4. The prisoner of decisions in the empresaturística.
5. Particularitats Of the administration of empreseturístiques.

## 4.- STRATEGIC DIRECTION OF THE TOURIST COMPANY

1. The concept of strategy in the empresaturística.
2. Strategic planning and levels of thestrategy.
3. Strategic decisions to corporate level en'tourist company.
4. Strategic decisions to level denegoci of the tourist company.
5. The competitions and habilitatsen the tourist company.

## 5.- PLANNING AND CONTROL TO THE TOURIST COMPANY

1. The importance of the planning alsector tourist.
2. The aims of the tourist company.
- 3.Instrumentalització 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. It lideratgei the tourist company.
4. The internal communication in the empresaturística.

## 7.-FUNDAMENTALS OF ORGANISATION OF TOURIST COMPANIES

1. Concepted'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 relevance 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 tourist company.
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 in front of the medium environment.

## 11.- MANAGEMENT OF THE TOURIST PIME

1. Particularities of the PIME in tourism.
2. The cooperation between the tourist PIME.
3. Processes of outsourcing in the tourism sector.
4. Entrepreneurship in the tourism sector.
5. The family tourism company.

## Methodology

Dates (Setmanes)	Descripció	Activitat Presencial	HTP (2) (Hores)	Activitat treball autònom	HTNP (3) (Hores)
1-3	<b>Empresa i entorn</b> 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	<b>Administració i direcció estratègica</b> 3.- L'ADMINISTRACIÓ DE L'EMPRESA TURÍSTICA 4.- DIRECCIÓ ESTRATÈGICA DE L'EMPRESA TURÍSTICA	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	<b>Planificació, control i direcció</b> 5.- PLANIFICACIÓ I CONTROL A L'EMPRESA TURÍSTICA 6.- DIRECCIÓ DE L'EMPRESA TURÍSTICA	Classe magistral Cas pràctic (lideratge, motivació) Resolució de problemes en equips Video conferència (directius d'hotel)	17	Estudi Preparació del cas pràctic. Resolució de problemes	15

# MANAGEMENT BASICS OF TOURIST BUSINESSES 2020-21

Dates (Setmanes)	Descripció	Activitat Presencial	HTP (2) (Hores)	Activitat treball autònom	HTNP (3) (Hores)
13-15	<b>Organització</b> 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	<b>Gestió d'empreses turístiques</b> 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		Exposició oral treballs	3'5	Preparació de la presentació oral	15
9 i 19	Avaluació		4		

## Development plan

Dates (Setmanes)	Descripció	Activitat Presencial	HTP (2) (Hores)	Activitat treball autònom
1-3	<b>Empresa i entorn</b> 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
4-7	<b>Administració i direcció estratègica</b> 3.- L'ADMINISTRACIÓ DE L'EMPRESA TURÍSTICA 4.- DIRECCIÓ ESTRATÈGICA DE L'EMPRESA TURÍSTICA	Classe magistral Cas pràctic (anàlisi d'estratègies) i exercicis d'arbres de decisió	14	Estudi Preparació del Cas pràctic exercicis.
8-12	<b>Planificació, control i direcció</b> 5.- PLANIFICACIÓ I CONTROL A L'EMPRESA TURÍSTICA 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 problemes
13-15	<b>Organització</b> 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, se turístiques
16	<b>Gestió d'empreses turístiques</b> 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
17-18		Exposició oral treballs	3'5	Preparació de la presentació
9 i 19	Avaluació		4	

## Evaluation

Subcompetències	Criteris d'avaluació	Activitats d'Avaluació Criteris	%	Dates	O/V (1)	I/G (2)	Observacions
Tenir coneixements generals sobre les empreses turístiques, les seves diferents divisions i el seu entorn. Identificar els processos directius bàsics: planificació, direcció i control. Distingir els diferents models organitzatius d'empreses turístiques	L'adequació de la resposta a l'enunciat de la pregunta. La correcció del contingut de la resposta. La coherència de les argumentacions donades a cada pregunta plantejada.	Prova objectiva de continguts	29		O	I	És una activitat obligatòria.
Ser capaç de configurar una estructura organitzativa flexible que s'adapti a les condicions de l'entorn. Comprendre la importància que la gestió estratègica té al sector turístic Conèixer el temes actuals de gestió turística: PIME turística, medi ambient, RRHH i ser capaços de resoldre problemes relacionats amb aquestes indoles	L'adequació de la resposta a l'enunciat de la pregunta. La correcció del contingut de la resposta. La coherència de les argumentacions donades a cada pregunta plantejada	Prova objectiva de continguts	29		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.
Anàlitzar 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, Capacitat 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	

Subcompetències	Criteris d'avaluació	Activitats d'Avaluació	%	Dates	O/V (1)	I/G (2)	Observacions
		Criteris					
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. & Caro González, F. J. (2000). *Organización y gestión de empresas turísticas*. Madrid: Pirámide. ISBN: 9788436814187

García Gómez, M. C. & Montoro Sánchez, M. A. (2010). *Fundamentos de dirección y organización de empresas turísticas*. Navarra: Editorial Civitas. ISBN: 9788447035472

Rivas García, J. (2011). *Organización, gestión y creación de empresas turísticas*. Oviedo: Septem Ediciones. ISBN: 9788492536580

Martín Rojo, I. (2014). *Dirección y gestión de empresas del sector turístico*. Madrid: Ediciones Pirámide. ISBN: 9788436831900