



GUÍA DOCENTE  
**FUNDAMENTOS DE GESTIÓN DE EMPRESA  
TURÍSTICA**

Coordinación: FERRER ROSELL, BERTA

Año académico 2017-18

## Información general de la asignatura

Denominación	FUNDAMENTOS DE GESTIÓN DE EMPRESA TURÍSTICA			
Código	102608			
Semestre de impartición	2o Q(SEMESTRE) EVALUACIÓN CONTINUADA			
Carácter	Grado/Máster	Curso	Carácter	Modalidad
	Grado en Turismo	1	TRONCAL	Presencial
Número de créditos ECTS	6			
Grupos	1GG			
Créditos teóricos	0			
Créditos prácticos	0			
Coordinación	FERRER ROSELL, BERTA			
Departamento/s	ADMINISTRACIO D'EMPRESES			
Información importante sobre tratamiento de datos	Consulte <a href="#">este enlace</a> para obtener más información.			
Idioma/es de impartición	Catalan			

Profesor/a (es/as)	Dirección electrónica profesor/a (es/as)	Créditos impartidos por el profesorado	Horario de tutoría/lugar
FERRER ROSELL, BERTA	berta.ferrer@aegern.udl.cat	3	
MARINÉ ROIG, ESTELA	estela.marine@aegern.udl.cat	3	

## Información complementaria de la asignatura

### 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.

## Objetivos académicos de la asignatura

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.

## Competencias

### 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.

## Contenidos fundamentales de la asignatura

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 the'tourist 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 the'strategy.
3. Strategic decisions to corporate level en'tourist company.
4. Strategic decisions to level denegoci of the tourist company.
5. The competitions and habitatsen 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. Eldisseny Of the tourist organisation and the surroundings.

## 9.- HUMAN RESOURCES MANAGEMENT IN THE TOURIST SECTOR

1. Rellevànciadels Human resources in the tourist service.
2. The process degestió of the human resources.
3. The recruitment of the personnel en'tourist company.
4. The selection and the integration delpersonal in the tourist company.
5. The formation in the empresaturística.
6. The management of incentives in the tourist company:promotion and wages.

## 10.- ENVIRONMENTAL MANAGEMENT IN THE TOURIST COMPANY

1. Medium ambient, sustainable development iturisme.
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 turísticafamiliar.

## Ejes metodológicos de la asignatura

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(influencia del entorn)	10'5	Estudi i preparació dels debats	15
4-7	<b>Administració i direcció estratègica</b> 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

# FUNDAMENTOS DE GESTIÓN DE EMPRESA TURÍSTICA 2017-18

Dates (Setmanes)	Descripció	Activitat Presencial	HTP (2) (Hores)	Activitat treball autònom	HTNP (3) (Hores)
8-12	<b>Planificació, control i direcció</b> 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
13-15	<b>Organització</b> 7.- FONAMENTS D'ORGANITZACIÓ D'EMPRESES 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 EMPRESES 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		

## Plan de desarrollo de la asignatura

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 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 exercicis.
8-12	<b>Planificació, control i direcció</b> 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 problemes
13-15	<b>Organització</b> 7.- FONAMENTS D'ORGANITZACIÓ D'EMPRESES 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
16	<b>Gestió d'empreses turístiques</b> 9.- GESTIÓ OPERACIONAL, RRHH I MEDIOAMBIENTAL DE LES EMPRESES 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 oral
9 i 19	Avaluació		4	

## Sistema de evaluación

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 I	27,5		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.
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 II	27,5		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 diferents fonts d'informació. La coherència de les argumentacions donades en cada apartat a treballar.	Treball autoavaluació	20	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	

Subcompetències	Criteris d'avaluació	Activitats d'Avaluació Criteris	%	Dates	O/V (1)	I/G (2)	Observacions
Resolució de casos pràctics intervencions i assistència. 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 Capacitat de crítica i autocrítica. Treball en equip i lideratge.	Pràctiques i intervencions dirigides	15	Durant tot el semestre	V	I/G	

(1)Obligatòria / Voluntària (2)Individual / Grupal

D'acord amb l'art. 3.1 de la normativa d'avaluació de la UdL, l'estudiant no pot utilitzar, en cap cas, durant la realització de les proves d'avaluació, mitjans no permesos o mecanismes fraudulents. L'estudiant que utilitzi qualsevol mitjà fraudulent relacionat amb la prova i/o porti aparells electrònics no permesos, haurà d'abandonar l'examen o la prova, i quedarà subjecte a les conseqüències previstes en aquesta normativa o en qualsevol altra normativa de règim intern de la UdL.

#### Avaluació alternativa

En cas que un/a estudiant acreditï documentalment la seva impossibilitat d'assistir a les activitats programades dins l'avaluació continuada (per treball remunerat, segona o ulterior matrícula de l'assignatura... ) podrà optar per una prova única de validació de competències i coneixements que es realitzarà el dia i en l'horari establert al calendari d'avaluació del Grau per a la prova final de l'avaluació ordinària. Aquesta prova consistirà en un examen únic que inclourà tots els continguts i matèria (tant teòrics com pràctics) de l'assignatura. La sol·licitud d'aquesta modalitat avaluativa s'haurà de realitzar abans del final de la setmana 4 del 2n semestre (2/3/2018) amb acreditació documental i, un cop feta, no es podrà modificar.

## Bibliografía y recursos de información

### Bibliografía recomendada

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