

ANEXO

INFORMACIÓN ADICIONAL DE LAS MATERIAS DEL MASTER

Nombre de la Asignatura:

Análisis del Entorno Económico de las Empresas Turísticas

	Total	Teóricos	Prácticos	Actividades dirigidas	Trabajo Personal
Créditos ECTS	3	0,72	0,36	0,48	1,44
Distribución ECTS	Horas presenciales	18	9	3	2
	Horas NO presenciales			9	34

Profesorado		E-mail	Tutorías
Responsable	Pomares Hernández, Ignacio	pomares@uhu.es	
Otros			

Descriptores:

Sistemas de Mercado. Sectores y agentes económicos. Demanda Agregada, Oferta Agregada. Políticas Macroeconómicas.

Objetivos

a) De carácter específico

Proporcionar a los estudiantes un conjunto de conceptos de economía que sirvan como herramientas para entender el comportamiento económico del sector turístico y su interacción con el resto de los sectores económicos. Se trata de ofrecer un marco conceptual que pueda utilizar el estudiante como instrumento analítico para cuantificar la importancia económica del sector y para comprender la incidencia de los factores y determinantes que puedan condicionar, tanto la dinámica del conjunto del sector, como de la propia evolución de las empresas turísticas dentro del mismo.

Evaluar con métodos científicos, los objetivos y resultados de la implementación de Políticas Públicas en materia de Turismo, comprobando su viabilidad y eficiencia, diagnosticando sus puntos fuertes y puntos débiles y proponiendo medidas correctoras y alternativas.

b) De carácter transversal o genérico

Funcionamiento y Análisis de políticas económicas. Estudios y análisis sectoriales. Evaluación de las políticas. Funcionamiento de una economía de mercado y las principales interacciones entre agentes y variables económicas del sistema económico

Aproximaciones metodológicas

La metodología empleada se basa en el uso de:

- clase magistral (aproximadamente el 40%)
- análisis y resolución en grupos de casos prácticos propuestos (30%)

- debate y puesta en común de las conclusiones, ideas, etc. derivadas de la lectura en clase de noticias de actualidad sobre el tema objeto de la clase. (30%)

Contenidos

- El análisis de las corrientes turísticas
- La estructura del mercado turístico
- Análisis formal de la demanda de turismo
- Análisis formal de la oferta del turismo
- Aspectos macroeconómicos de la Economía del Turismo

Bibliografía recomendada

Básica

Mochón Morcillo, Fr. "Economía y Turismo". Ed. McGraw-Hill, España, 2004.

Parra López, E; Hernández Martín, R; Melchor Navarro, M y Lórente de García, F.: "Economía y Turismo: prácticas". Ed. McGraw-Hill, España, 2005.

Bibliografía complementaria

BLASCO Albert (2001): Turismo y Transporte. Madrid: Editorial Síntesis.

BORJA SOLÉ, L et al.: El consumidor turístico. Ed. ESIC. Madrid. 2001.

BOTE, V. y MARCHENA, M. (1996): "Política turística" en Pedreño, A. (Dir.) y Monfort, V. (Coord.) (1996): Introducción a la Economía del Turismo en España. Civitas. Madrid.

BULL, A. (1991): La economía del Sector Turístico. Alianza Ed. Madrid. 1994.

Específica

Para cada tema se proporciona una bibliografía específica adjunta a la fotocopia de las transparencias.

Criterios de Evaluación

Se llevará a cabo un sistema de evaluación consistente en:

- Asistencia a clase: 20%
- Asistencia y realización de prácticas: 20%
- Realización de trabajos académicamente dirigidos: 20%
- Examen teórico-práctico: 40%

Recursos para el aprendizaje

- Pizarra y retroproyector
- Utilización de cañón de video y ordenador para exposiciones y clases.
- Biblioteca especializada.
- Acceso a Internet.

Idiomas en que se imparte (señalar con una cruz)

ESPAÑOL

INGLÉS

OTRO, especificar

Nombre de la Asignatura:

Organización y Gestión de Empresas Turísticas

	Total	Teóricos	Prácticos	Actividades dirigidas	Trabajo Personal
Créditos ECTS	5	1,2	0,6	0,8	2,4
Distribución ECTS	Horas presenciales	30	15	5	2
	Horas NO presenciales			15	58

Profesorado		E-mail	Tutorías
Responsable	Grávalos Gastaminza, M ^a Asunción	gravalos@uhu.es	
Otros	Cárdenas Domínguez, Manuel		
	Barneto Flores, Juan Luis	info@atlantourviajes.com	
	Rodríguez García, Roberto	rrodriguez@fuertehoteles.com	

Descriptorios:

Análisis del proceso administrativo y las estructuras organizativas de las empresas turísticas. Dirección y liderazgo.

Objetivos

De carácter específico:

El objetivo principal de este módulo del programa es proporcionar una visión completa del ámbito de la administración y la gestión empresarial para estimular el desarrollo de competencias directivas. Ser capaces de analizar, diagnosticar, pronosticar, elegir e implementar el futuro de la empresa y su entorno a fin de conseguir los objetivos mediante planes de acción realistas con sentido global y desarrollar los procedimientos instrumentales y políticos. En definitiva se quiere profundizar en los diferentes contextos de organización y especialmente en su puesta en práctica. También se busca el favorecer el aprendizaje de los elementos operativos y funcionales de un hotel, así como las capacidades necesarias para el correcto control y organización departamental.

De carácter transversal o genérico

Formar directivos, titulados y/o empresarios en los conocimientos necesarios para la gestión y dirección de empresas, fomentando las aptitudes y capacidades para tomar decisiones, trabajar en equipo, liderar proyectos y personas, analizar situaciones y adquirir un espíritu emprendedor. Gracias a la formación global en todas las áreas de la empresa bajo el prisma de la Dirección General.

Aproximaciones metodológicas

Con la finalidad de alcanzar los objetivos planteados proponemos utilizar una combinación de métodos docentes.

- a) Teoría:
 - a. Lección Magistral
 - b. Tutorías
 - c. Seminarios

- d. Discusión Dirigida
- b) Práctica:
 - a. Ejercicios
 - b. Método del Caso
 - c. Discusión Dirigida

Contenidos

Teórico

Fundamentos de la moderna administración empresarial.
Cualidades del gestor de empresas turísticas para actuar con eficacia
Liderazgo como punto de partida de la estrategia
Negociación
Análisis del entorno de la empresa turística
Planificación
Organización. Función administrativa
Los departamentos de un hotel.
Estructura y diseño de la Organización
Estructuras organizativas potenciadoras de la gestión del conocimiento en los establecimientos hoteleros.

Laboratorio

Las sesiones teóricas se verán complementadas con diferentes casos prácticos, lecturas y debate de noticias de actualidad.

Bibliografía recomendada

Básica

- Aguirre, A.; Castillo, A.M. Y Tous, D. ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS. Edinford. Málaga, 1991
- Bueno Campos, E.: "ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS. ESTRUCTURA, PROCESOS Y MODELOS". Pirámide. Madrid, 1996.
- Daft, Richard L.: "TEORÍA Y DISEÑO ORGANIZACIONAL" Sexta Edición. Thomson editores. Madrid, 1998.
- Díez de Castro, E., Martín, F. y Periañez, R. ESTRUCTURAR LAS ORGANIZACIONES. 18 CASOS PRÁCTICOS DE ANÁLISIS DE PROBLEMAS Y BÚSQUEDA DE SOLUCIONES. Ed. Síntesis. Economía de la Empresa. Madrid, 1995.
- Díez de Castro, J. y Redondo López, C.: "ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS". Pirámide. Madrid, 1996.
- Díez de Castro, J. y Redondo López, C.: "ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS. LIBRO DE ACTIVIDADES. CASOS, CUESTIONES Y LECTURAS". Pirámide. Madrid, 1996.
- Díez de Castro, E.P. García del Junco, J. Martín Jiménez, F. y Periañez Cristobal, R.: "ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN". Mc Graw Hill. Madrid, 2000.
- Díez de Castro, J. , Redondo López, C., Barreiro Fernández, B. y López Cabarcos, M^a A.: "ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS. DIRIGIR EN LA SOCIEDAD DEL CONOCIMIENTO". Pirámide. Madrid, 2002.
- Garza Treviño, J.G.: "ADMINISTRACIÓN CONTEMPORÁNEA" Segunda Edición. McGrawHill. México, 2001.

García del Junco, J. y Casanueva Rocha, C.: " FUNDAMENTOS DE GESTIÓN EMPRESARIAL ". Pirámide. Madrid, 2000.

García-Tenorio Ronda, J. (coordinador): "ORGANIZACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS". Thomson. Madrid, 2006.

Gómez-Mejía, Luis R. y Balkin, David B.: "ADMINISTRACIÓN". McGrawHill. Madrid, 2003.

Hernández Ortiz, M.J. (coordinadora): " CASOS PRÁCTICOS DE ADMINISTRACIÓN Y ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS ". Pirámide. Madrid, 2000.

Hodge, B.J.; Anthony, W.P. y Gales, L.M.: "TEORÍA DE LA ORGANIZACIÓN. UN ENFOQUE ESTRATÉGICO" Quinta Edición. Prentice Hall, Madrid, 2000.

Koontz, H. Y Wehrich, H. (2003): "ADMINISTRACIÓN: UNA PERSPECTIVA GLOBAL", Mcgraw Hill, México.

Mintzberg, H.: "LA ESTRUCTURACIÓN DE LAS ORGANIZACIONES". Ariel. Barcelona, 1984.

Renau Piqueras, J.J.: "ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS. UNA VISIÓN ACTUAL". Pirámide. Madrid, 1985.

Robbins, S. Y Coulter, M. : "ADMINISTRACIÓN ". Prentice Hall. Mexico, 2005 (octava edición).

Vargas Sánchez, A. LA DIRECCIÓN ESTRATÉGICA. FUNDAMENTOS PARA LA FORMULACIÓN DE LA ESTRATEGIA EMPRESARIAL. Dpto. Publicaciones de Universidad Columbia del Paraguay. Asunción, 1999.

Específica

Arcarons Simón, R.: "Administración, gestión y comercialización en la pequeña empresa hostelera". Editorial Síntesis. Madrid, 1996.

Casanueva Rocha, C. García del Junco, J. y Caro González, F. J.: "Organización y Gestión de empresas turísticas". Ediciones Pirámide. Madrid, 2000.

Figueroa Palomo, M.: "Economía para la gestión de las empresas turísticas (Organización y Financiación)". Colección de Estudios Turísticos. Editorial Centro de Estudios Ramón Areces. Madrid, 1995.

Mestres Soler, J.R.: "Técnicas de Gestión y Dirección Hotelera". Ediciones Gestión 2000. Barcelona, 1999

Criterios de Evaluación

Se llevará a cabo un sistema de evaluación consistente en:

- Asistencia a clase: 20%
- Asistencia y realización de prácticas: 20%
- Realización de trabajos académicamente dirigidos: 20%
- Examen teórico-práctico: 40%

Recursos para el aprendizaje

- Pizarra y retroproyector
- Utilización de cañón de video y ordenador para exposiciones y clases.
- Laboratorios.
- Biblioteca especializada.
- Acceso a Internet.

Idiomas en que se imparte (señalar con una cruz)

ESPAÑOL

INGLÉS

OTRO, especificar

Nombre de la Asignatura:

Dirección estratégica en empresas turísticas

	Total	Teóricos	Prácticos	Actividades dirigidas	Trabajo Personal
Créditos ECTS	3	0,72	0,36	0,48	1,44
Distribución ECTS	Horas presenciales	18	9	3	2
	Horas NO presenciales			9	34

Profesorado		E-mail	Tutorías
Responsable	Plaza Mejía, María Ángeles	plaza@uhu.es	
Otros	Martínez López, Antonio Manuel	manu.martinez@dem.uhu.es	
	Ruiz Carrera, Rubens		

Descriptores:

Estrategia, internacionalización, directivos, tecnologías.

Objetivos:

- a. De carácter específico
 - a.1. Contextualizar el proceso de dirección estratégica en el ámbito del sector turístico.
 - a.2. Caracterizar a la empresa turística en relación a los procesos de internacionalización de empresas
 - a.3. Establecer un perfil del directivo turístico internacional: formación, dificultades, etc.
 - a.4. Identificar el potencial de las nuevas tecnologías en los procesos de dirección estratégica de las empresas turísticas.

- b. De carácter transversal o genérico
 - b.1. Favorecer el dominio de la terminología requerida.
 - b.2. Desarrollar la capacidad de análisis y síntesis.
 - b.3. Favorecer el trabajo en equipo

Aproximaciones metodológicas

La metodología empleada se basa en el uso de:

- clase magistral (aproximadamente el 40%)
- análisis y resolución en grupos de casos prácticos propuestos (30%)
- debate y puesta en común de las conclusiones, ideas, etc. derivadas de la lectura en clase de noticias de actualidad sobre el tema objeto de la clase. (30%)

Contenidos

- a) Teórico

- El proceso de dirección estratégica en la empresa turística
- La estrategia de internacionalización en el sector turístico
- El perfil del directivo hotelero internacional
- Nuevas tecnologías y sector turístico

b) Laboratorio

Las sesiones teóricas se verán complementadas con diferentes casos prácticos, lecturas y debate de noticias de actualidad.

Bibliografía recomendada

Específica

DIRECCION Y GESTION DE EMPRESAS DEL SECTOR TURISTICO (3ª ED.). EDICIONES PIRAMIDE, S.A, ISBN: 9788436818673, Madrid: 2004

Criterios de Evaluación

Se llevará a cabo un sistema de evaluación consistente en:

- Asistencia a clase: 20%
- Realización de un caso práctico (en inglés): 80%

Recursos para el aprendizaje

- Pizarra y retroproyector
- Utilización de cañón de video y ordenador para exposiciones y clases.

Idiomas en que se imparte (señalar con una cruz)

ESPAÑOL

INGLÉS

OTRO, especificar

Nombre de la Asignatura:

Gestión de Recursos Humanos y Comunicación en las Empresas Turísticas

	Total	Teóricos	Prácticos	Actividades dirigidas	Trabajo Personal
Créditos ECTS	2	0,48	0,24	0,32	0,96
Distribución ECTS	Horas presenciales	12	6	2	2
	Horas NO presenciales			6	22

Profesorado		E-mail	Tutorías
Responsable	Gómez Conde, Antonio	puntaumbria.adm@barcelo.com	
Otros	López Archilla, Antonio	antonio.lopez@parador.es	

Descriptores:

Perspectiva estratégica de la Dirección de los recursos humanos. Objetivos y elementos que influyen en las decisiones directivas de recursos humanos. Políticas de recursos humanos. Negociación. Equipos. Diversidad. Recursos humanos internacionales. Comunicación.

Objetivos

De carácter específico

La gestión de los RRHH se ha ido configurando como un factor clave de diferenciación en la estrategia empresarial. Esto es fundamentalmente debido a aspectos tales como los procesos de comunicación, la gestión del tiempo y las reuniones, el desarrollo de la creatividad, la necesidad de liderazgo o la importancia del proceso de negociación, los cuales se sustentan en la capacidad de las personas. Por ello, con este modulo pretendemos dar a conocer las técnicas para desarrollar estas competencias y así capacitar a los participantes para optimizar los recursos humanos de su organización.

Al desarrollar esta perspectiva estratégica a lo largo del curso académico también se pretenden alcanzar los siguientes objetivos:

1. Suscitar el interés de los estudiantes por la Dirección estratégica de los recursos humanos en las empresas turísticas, poniendo de relieve su importancia para el éxito empresarial.
2. Transmitir los conocimientos que constituyen los fundamentos básicos de la disciplina.
3. Enfatizar la complejidad de la dirección estratégica de los recursos humanos en las empresas turísticas, derivada de la diversidad de características de las personas, la acción en grupo y la presencia de múltiples elementos influenciadores internos y externos.
4. Resaltar la visión del recurso humano como persona.
5. Potenciar en los estudiantes la adquisición y desarrollo de capacidades de gestión de los recursos humanos, así como estimular su interés por el aprendizaje constante.

De carácter transversal o genérico

El objetivo primordial de la asignatura es que el alumno consiga una comprensión de la Dirección de los recursos humanos en las empresas turísticas desde una perspectiva estratégica.

En esta materia, la visión dominante en la actualidad es que los recursos humanos son una fuente potencial de ventaja competitiva sostenible y, en consecuencia, su dirección debe adoptar un enfoque estratégico.

Aproximaciones metodológicas

La metodología empleada se basa en el uso de:

- clase magistral (aproximadamente el 40%)
- análisis y resolución en grupos de casos prácticos propuestos (30%)
- debate y puesta en común de las conclusiones, ideas, etc. derivadas de la lectura en clase de noticias de actualidad sobre el tema objeto de la clase. (30%)

Contenidos

Dirección estratégica de los recursos humanos en las empresas turísticas

Dimensión y composición de la plantilla.

Flexibilidad, absentismo y rotación de los recursos humanos.

Rendimiento, satisfacción y compromiso de los recursos humanos.

Reclutamiento y selección de candidatos.

Entrada, formación y carrera de los recursos humanos.

Recompensas.

Negociación.

Comunicación

Bibliografía recomendada

Básica

Gómez-Mejía, L.R.; Balkin, B.B.; Cardy, R.L. (2006) "Dirección y gestión de recursos humanos". Pearson Prentice Hall.

Pardo, M.; Luna, R. (2006) "Recursos humanos para turismo". Pearson Prentice Hall.

Bibliografía complementaria

Albizu, E.; Landeta, J. (Coordinadores) (2001) "Dirección estratégica de los recursos humanos". Pirámide.

Bonache, J.; Cabrera, Á. (Directores) (2002) "Dirección estratégica de personas". Prentice Hall and Financial Times.

Bonache, J.; Cabrera, Á. (Directores) (2006) "Dirección de personas". Prentice Hall and Financial Times, 2ª edición.

Dolan, S.L.; Valle, R.; Jackson, S.E.; Schuler, R.S. (2007) "La gestión de los recursos humanos". McGraw-Hill, 3ª edición.

García Tenorio, J.; Sabater, R. (2004) "Fundamentos de dirección y gestión de recursos humanos". Thomson.

Martín, I. (2004) "Dirección y gestión de empresas del sector turístico". Pirámide, 3ª edición.

Sastre, M.Á.; Aguilar, E.Mª (2003) "Dirección de recursos humanos. Un enfoque estratégico".

Valle, R.J. (Coordinador) (2004) "La gestión estratégica de los recursos humanos". Pearson Prentice Hall, 2ª edición.

Específica

Para cada tema se proporciona una bibliografía específica adjunta a la fotocopia de las transparencias.

Criterios de Evaluación

Se llevará a cabo un sistema de evaluación consistente en:

- Asistencia a clase: 20%
- Asistencia y realización de prácticas: 20%
- Realización de trabajos académicamente dirigidos: 20%
- Examen teórico-práctico: 40%

Recursos para el aprendizaje

- Pizarra y retroproyector
- Utilización de cañón de video y ordenador para exposiciones y clases.
- Biblioteca especializada.
- Acceso a Internet.

Idiomas en que se imparte (señalar con una cruz)

ESPAÑOL

INGLÉS

OTRO, especificar

Nombre de la Asignatura:

Gestión de Compras y Almacén (A+B)

	Total	Teóricos	Prácticos	Actividades dirigidas	Trabajo Personal
Créditos ECTS	2,5	0,6	0,3	0,4	1,2
Distribución ECTS	Horas presenciales	15	7,5	2,5	2
	Horas NO presenciales			7,5	28

Profesorado		E-mail	Tutorías
Responsable	Moreno Domínguez, Juan José	direccion.islacristina@hotelesoasis.com	
Otros	Medero Feria, Antonio		

Descriptor: Costes, Alimentos y Bebidas, Control, Almacén**Objetivos**

Este módulo tiene como objetivo analizar el diseño, gestión y mejora de los procesos productivos y de prestación de servicios del departamento de alimentación y bebidas mediante una visión integrada de la organización y de su gestión. En él se abordarán aspectos fundamentales para la competitividad empresarial como las estrategias de mejora de las operaciones y la gestión de la calidad total.

De carácter específico

Identificar la importancia del departamento de control de costos de alimentos y bebidas, explicando su ubicación y organización.

Conocer y reconocer los procesos de control de costos de alimentos y bebidas de acuerdo al proceso.

Observar el proceso de compras de alimentos y bebidas y, analizar los lineamientos, técnicas y sistemas para la compra.

Conocer las técnicas para la recepción, almacenaje y despacho de mercancías.

Identificar los potenciales de rendimiento en la producción de alimentos, determinando los procedimientos para la toma de inventarios, el análisis, a fin de establecer el costo.

Identificar los potenciales de rendimiento en la producción de bebidas, determinando los procedimientos para la toma de inventarios, el análisis, a fin de establecer el costo de éstas.

Reconocer la importancia de la promoción, elaboración, presentación, servicio y análisis del precio de venta en la repercusión del costo.

El estudiante conocerá y decodificará información en reportes de costos a fin de tener bases analíticas para la toma de decisiones

Aproximaciones metodológicas

La metodología empleada se basa en el uso de:

- clase magistral (aproximadamente el 40%)
- análisis y resolución en grupos de casos prácticos propuestos (30%)
- debate y puesta en común de las conclusiones, ideas, etc. derivadas de la lectura en clase de noticias de actualidad sobre el tema objeto de la clase. (30%)

Contenidos

El Producto
Programa de Ventas y Precio
Control de Costes y Rendimiento de las Ventas
Las Áreas de Coste y el Beneficio Bruto
Compras y Almacén
Cocina
Restaurante

Bibliografía recomendada

Básica

RAMOS Martín, FernandoGonzalez Puga, Antonio. Administración de Alimentos y Bebidas. CECSA, México, 2000
FOSTER, Dennis L. Alimentos y Bebidas, Operación, Métodos y Control de Costos. Edit. Mc Graw Hill. México, 1995
YOUSHMATZ Nava Alfredo. Control de Costos de Alimento y Bebidas. Edit. Diana. México, 2002.

Específica

Se especificará para cada tema

Criterios de Evaluación

Se llevará a cabo un sistema de evaluación consistente en:

- Asistencia a clase: 20%
- Asistencia y realización de prácticas: 20%
- Realización de trabajos académicamente dirigidos: 20%
- Examen teórico-práctico: 40%

Recursos para el aprendizaje

- Pizarra y retroproyector
- Utilización de cañón de video y ordenador para exposiciones y clases.
- Biblioteca especializada.
- Acceso a Internet.

Idiomas en que se imparte (señalar con una cruz)

ESPAÑOL

INGLÉS

OTRO, especificar

Nombre de la Asignatura:

Gestión Comercial y Marketing en empresas turísticas

	Total	Teóricos	Prácticos	Actividades dirigidas	Trabajo Personal
Créditos ECTS	4,5	1,08	0,54	0,72	2,16
Distribución ECTS	Horas presenciales	27	13,5	4,5	2
	Horas NO presenciales			13,5	52

Profesorado		E-mail	Tutorías
Responsable	Albendín Moya, Juan José	albendin@uhu.es	
Otros	Berdejo Rodríguez, Alejandro	berdejo@hotelconsulting.es	
	Riol Gallego, Aquilino	a.riol@barcelo.com	

Descriptores:

Investigación Comercial, El Mercado, Marketing-Mix, Plan de Marketing, Turismo

Objetivos

De carácter específico

Con el contenido de este módulo se pretende facilitar a los futuros directivos los conocimientos necesarios para formular e implantar estrategias comerciales. Para ello se dará una visión completa de las herramientas de Dirección Comercial. En definitiva se pretende la confección de un plan de marketing así como estudiar las diversas técnicas para realizar una correcta investigación comercial.

De carácter transversal o genérico

Impulsar en el alumno el trabajo en equipo y el desarrollo de capacidades importantes para el desarrollo de su actividad como la creatividad, autonomía, motivación, búsqueda de información y otras.

Aproximaciones metodológicas

La metodología empleada se basa en el uso de:

- clase magistral (aproximadamente el 40%)
- análisis y resolución en grupos de casos prácticos propuestos (30%)
- debate y puesta en común de las conclusiones, ideas, etc. derivadas de la lectura en clase de noticias de actualidad sobre el tema objeto de la clase. (30%)

Contenidos

Teórico

El Marketing y el Turismo

El Plan de Marketing en Turismo
La Investigación de Mercados y su uso en la gestión de empresas turísticas.
Peculiaridades de las variables del Marketing-Mix en el turismo.
Práctico
Elaboración de un plan de Marketing para una empresa turística.

Bibliografía recomendada

Básica

ESTEBAN, A.; MARTIN-CONSUEGRA, D.; MILLÁN, A. Y MOLINA, A.:
Introducción al Marketing (2002). Ariel Economía, Barcelona.
MARTÍN ARMARIO, E.:
Marketing (1993). Ariel Economía, Barcelona.
KOTLER, P.:
Dirección de Marketing (2000), Prentice Hall, Madrid
SANTESMASES, M.:
Marketing Conceptos y Estrategias (1991), Pirámide, Madrid.

Específica

BIGNE, E., FONT, X. Y ANDREU, L.:
Marketing de destinos turísticos (2000), ESIC, Madrid
KOTLER, P., BOWEN, J. Y MAKENS, J.:
Mercadotecnia para hotelería y turismo (1997), Prentice Hall, México
EJARQUE, J.:
Destinos turísticos de éxito (2005), Pirámide, Madrid

Criterios de Evaluación

Se llevará a cabo un sistema de evaluación consistente en:

- Asistencia y participación en clase: 50%
- Realización de un trabajo en grupo: 50%

Recursos para el aprendizaje

- Pizarra
- Utilización de cañón de video y ordenador para exposiciones y clases.
- Acceso a Internet.

Idiomas en que se imparte (señalar con una cruz)

ESPAÑOL

INGLÉS

OTRO, especificar

Nombre de la Asignatura:

Gestión de los Sistemas de Información Contable-financiero en Empresas Turísticas

	Total	Teóricos	Prácticos	Actividades dirigidas	Trabajo Personal
Créditos ECTS	5	1,2	0,6	0,8	2,4
Distribución ECTS	Horas presenciales	30	15	5	2
	Horas NO presenciales			15	58

Profesorado		E-mail	Tutorías
Responsable	Escobar Rodríguez, Tomas	tescobar@uhu.es	
Otros	Márquez Barba, Antonio	auditores@lealymartin.com	

Descriptorios: Información contable externa e interna, Estados financieros, Auditoría externa, Contabilidad y Control de gestión, Cuadros de mando.

Objetivos

De carácter específico:

- a. Conocimiento del marco contable: información interna y externa
- b. Interpretación de Estados Financieros
- c. Evaluación de la calidad de la información contable: Auditoría externa
- d. Analizar el papel de la Contabilidad de Gestión en el proceso de planificación y control
- e. Presentar el Cuadro de Mando como herramienta de gestión.

De carácter transversal o genérico

- f. Capacidad de trabajo en grupo
- g. Capacidad comunicativa
- h. Iniciativa
- i. Trato personal

Aproximaciones metodológicas

Con la finalidad de alcanzar los objetivos planteados proponemos utilizar una combinación de métodos docentes.

Teoría:

Lección Magistral
Tutorías
Seminarios
Discusión Dirigida

Práctica:

Ejercicios
Método del Caso
Discusión Dirigida

Contenidos

Teórico

Flujo de información contable: Contabilidad Financiera y Contabilidad de Gestión.
Lectura e interpretación de los Estados Financieros.
La auditoría externa como mecanismo para contrastar la fiabilidad de la información contable.
Contabilidad de Gestión y Control de las Organizaciones.
El Control de Gestión mediante indicadores: del Cuadro de Mando al Balanced Scorecard.

Laboratorio

Aplicación práctica de los paquetes contables

Bibliografía recomendada

Básica

Sáez Torrecilla, Angel (2003): Contabilidad general, McGraw-Hill.

Sáez Torrecilla, Angel y otros (2004): Contabilidad de costes y contabilidad de gestión, McGraw-Hill.

Específica

Moreno Martínez, Francisco Javier (2007): SP ContaPlus, Anaya Multimedia.

Robert S. Kaplan y David P. Norton (2002): El Cuadro de mando integral (The Balance scorecard), Gestión 2000.

Criterios de Evaluación

Se llevará a cabo un sistema de evaluación consistente en:

- Asistencia a clase: 20%
- Asistencia y realización de prácticas: 20%
- Realización de trabajos académicamente dirigidos: 20%
- Examen teórico-práctico: 40%

Recursos para el aprendizaje

- Pizarra y retroproyector
- Utilización de cañón de video y ordenador para exposiciones y clases.
- Laboratorios.
- Biblioteca especializada.
- Acceso a Internet.

Idiomas en que se imparte (señalar con una cruz)

ESPAÑOL

INGLÉS

OTRO, especificar

Nombre de la Asignatura:

Dirección Financiera de las empresas turísticas

	Total	Teóricos	Prácticos	Actividades dirigidas	Trabajo Personal
Créditos ECTS	5	1,2	0,6	0,8	2,4
Distribución ECTS	Horas presenciales	30	15	5	2
	Horas NO presenciales			15	58

Profesorado		E-mail	Tutorías
Responsable	Bonson Ponte, Enrique	bonson@uhu.es	
Otros	Toscano Pardo, David	dtoscano@uhu.es	
	Cortijo Gallego, Virginia	virginia.cortijo@decde.uhu.es	

Descriptores:

Selección de proyectos de inversión en condiciones de certeza e incertidumbre de las empresas turísticas. Modelo de cartera de proyectos. Estructura Financiera y coste de capital: Combinación riesgo-rentabilidad. Análisis financiero.

Objetivos

De carácter específico:

En esta asignatura se formará al alumno en las técnicas financieras y de control de gestión más relevantes y actuales para la toma de decisiones en el ámbito financiero de la empresa, integrándolas de forma eficiente en la estrategia corporativa. El alumno recibirá una formación práctica con las herramientas necesarias e instrumentos de decisión necesarios para la dirección del área económico-financiera de cualquier empresa turística.

De carácter transversal o genérico:

- Capacidad de trabajo en grupo
- Capacidad comunicativa
- Iniciativa
- Trato personal

Aproximaciones metodológicas

Para alcanzar los objetivos propuestos emplearemos una combinación de métodos docentes:

Teoría:

- Lección Magistral
- Tutorías
- Seminarios
- Discusión Dirigida

Práctica:

- Ejercicios
- Método del Caso

Discusión Dirigida
Simulación de situaciones reales en la empresa.

Contenidos

La empresa turística: Modelo financiero, estructura económica y financiera. Análisis de la liquidez, solvencia y rentabilidad de una empresa turística. Inversión y selección de inversiones. La financiación de la empresa turística. Instrumentos de cobro y pago. Planificación financiera.

Bibliografía recomendada

- Aranda Hipólito, A. [1998]: *DIRECCIÓN FINANCIERA EN LAS EMPRESAS TURÍSTICAS. INVERSIÓN Y FINANCIACIÓN*. Editorial Centro De Estudios Ramón Areces, S.A. Madrid.
- Bote Gómez, V. y otros (2005): *CURSO DE FINANCIACIÓN DEL SECTOR TURÍSTICO*. Ed. McGraw-Hill. Madrid.
- Brealey, R.A., Myers, S.C. y Allen, F. (2005): *PRINCIPLES OF CORPORATE FINANCE*. 8ª Edición. McGraw-Hill/Irwin Series in Finance. New York.
- Brealey, R.A.; Myers, S.C. Y Marcus, A.J. [2007]: *Fundamentals of Corporate Finance*. 4ª Edición. Mcgraw-Hill. New York.
- Casanueva Rocha, R.; García Del Junco, J. Y Caro González, F.J. [2000]: *ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS*. Ed. Pirámide. Madrid.
- García-Gutiérrez, C.; Mascareñas, J. Y Pérez Gorostegui, E. [1988]: *CASOS PRÁCTICOS DE INVERSIÓN Y FINANCIACIÓN EN LA EMPRESA*. Ed. Pirámide. Madrid.
- Keown, P. Y Scott, M. [1999]: *INTRODUCCIÓN A LAS FINANZAS. LA PRÁCTICA Y LA LÓGICA DE LA DIRECCIÓN FINANCIERA*. 2ª Edición. Prentice Hall. Madrid.

Criterios de Evaluación

Se llevará a cabo un sistema de evaluación consistente en:

- Asistencia a clase: 20%
- Realización de prácticas: 20%
- Realización de trabajos académicamente dirigidos: 20%
- Examen teórico-práctico: 40%

Recursos para el aprendizaje

- Pizarra y retroproyector
- Utilización de cañón de video y ordenador para exposiciones y clases.
- Biblioteca especializada.
- Acceso a Internet.

Idiomas en que se imparte (señalar con una cruz)

ESPAÑOL INGLÉS OTRO, especificar

Nombre de la Asignatura:

Planificación y Gestión Medioambiental de Recursos Turísticos

	Total	Teóricos	Prácticos	Actividades dirigidas	Trabajo Personal
Créditos ECTS	2	0,48	0,24	0,32	0,96

Distribución ECTS	Horas presenciales	12	6	2	2
	Horas NO presenciales			6	22

Profesorado		E-mail	Tutorías
Responsable	Márquez Domínguez, Juan Antonio	Antonio@uhu.es	
Otros	García Delgado, Francisco Javier	fcogarci@dhis2.uhu.es	

Descriptorios:

Análisis de la ordenación, planificación y gestión de los recursos turísticos en el marco de la empresa turística, teniendo en cuenta la implantación territorial de los diferentes modelos turísticos.

Objetivos

De carácter específico

- Propiciar que el alumno abandone la actitud contemplativa ante el hecho geográfico y razone el espacio turístico como un sistema resultado de interacciones, interdependencias y conflictos múltiples.
- Profundizar en el conocimiento del medio geográfico como base de la actividad turística.
- Estudiar el territorio para el desarrollo del turismo, teniendo en cuenta la capacidad del espacio para sostener las actividades turísticas.
- Analizar los efectos territoriales y ambientales del turismo.
- Comprender el concepto de sostenibilidad, aplicado a la actividad turística.

De carácter transversal o genérico

- Propiciar el trabajo en equipo de los alumnos.
- Introducir la gestión ambiental y de los recursos turísticos como un elemento a tener en cuenta en la empresa turística.

Aproximaciones metodológicas

Los contenidos teóricos se impartirán a través del dictado de los diferentes temas, análisis y comentarios de materiales diversos (fotografías, tablas, gráficos, esquemas, etc.). A lo largo del curso se entregará material complementario.

En las clases prácticas se comentará material aportado al efecto de todo tipo: artículos, textos diversos, folletos turísticos, gráficos, etc., y se realizarán trabajos individuales y de equipo. A las prácticas en el Aula se sumarán otras de laboratorio, en las que los alumnos desarrollarán destrezas a la hora de aplicar los contenidos de las clases teóricas a través de la elaboración de trabajos prácticos.

Se realizará una práctica de campo de 5 horas (0,5 créditos), obligatoria, en la que se abordará el análisis territorial del entorno y de la potencialidad del mismo para el desarrollo de la empresa turística.

Contenidos

Teórico

Análisis de los recursos territoriales turísticos
Modelos de implantación territorial y sus repercusiones espaciales
Impacto ambiental de las actividades turísticas

Métodos, herramientas e instrumentos de ordenación, planificación y gestión de los recursos turísticos

Laboratorio

Cálculo de la huella ecológica.

Simulación de ordenación, planificación y gestión de los recursos turísticos

Campo

Reconocimiento territorial de la Comarca de Doñana.

Bibliografía recomendada

Básica

ÁLVAREZ, A. (1994): *El ocio turístico en las sociedades industriales avanzadas*, Bosch, Barcelona.

BARDÓN FERNÁNDEZ, E. (1987): "El paisaje en la oferta turística y recreativa", en *Estudios Turísticos*, nº 94.

BOISIER, S. (1999): *Teorías y metáforas sobre el desarrollo regional*, CEPAL, Santiago de Chile.

BOSCH CAMPUBRÍ, R. (2001): *Turismo y Medio Ambiente*, Centro de Estudios Ramón Areces, Madrid.

BOULLON, R. C. (1988): *Planificación del espacio turístico*, Trillas, Ciudad de México.

COCCOSSIS, H. y NIJKAMP, P. (Eds.) (1995): *Sustainable Tourism Development*, Avebury, Aldershot.

GEORGE, P. (1972): *El medio ambiente*, Oikos-Tau, Barcelona.

LÓPEZ OLIVARES, D. (1998): *La ordenación y planificación integrada de los recursos territoriales turísticos*, Universidad Jaume I, Castellón.

Específica

Acerenza, M. A. (1985): "Planificación estratégica del turismo", en *Estudios Turísticos*, nº 85.

Alonso, A. et al. (1991): *Directrices y técnicas para la estimación de impactos*, Universidad Politécnica de Madrid. Madrid.

Álvarez Cuervo (1987): "Jerarquización de los recursos turísticos", en *Estudios Turísticos*, nº 94.

Andrés Abellán y otros (2000): "Propuesta de un modelo para identificar impactos ambientales en espacios naturales", en *Cuadernos de Turismo*, nº 5, pp. 7-18.

Archer, B. y Cooper, C. (1994): "The positive and negative impacts of tourism", en Theobald, W. F.: *Global tourism. The next decade*, Butterworth-Heinemann, Oxford, pp. 73-91.

Baker, P. R. (1991): "El turismo y la protección de las áreas naturales", en *Papers de Turisme*, nº 5, pp. 73-85.

Barragán Muñoz, J. L. (1993): *Ordenación, planificación y gestión del espacio litoral*, Oikos-Tau, Barcelona.

Becker, C. (1995): "Tourism and the Environment", en Montanari, A. y Williams, A. M.: *European Tourism: Regions, Spaces and Restructuring*, Wiley and Sons, Chichester, pp. 207-220.

Bifani, P. (1984): *Desarrollo y Medio Ambiente*, Monografías de la Dirección General de Medio Ambiente, MOPU, Madrid.

Bolós, M. de (Dir.) (1992): *Manual de Ciencia del Paisaje*, Masson, Barcelona.

Bote Gómez, V. (1992): *Turismo en el espacio rural: rehabilitación del patrimonio sociocultural*, Popular, Madrid.

Cahier Espaces (1993): "Tourisme & Environnement, du tourisme nature à l'écotourisme". Número Monográfico.

Cals, J., Matas, A. y Riera, P. (1993): *Evaluación de proyectos. Análisis de la rentabilidad social desde la perspectiva del turismo y del ocio*, Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, Madrid.

Crosby Perea, A. (1993): *Desarrollo turístico sostenible en el medio rural*, CETAF, Madrid.

Crosby Perea, A. (Dir.) (1994): *Interpretación ambiental y turismo rural*, CETAF, Madrid.

- Dowling, R. K. (1992): "Tourism and environmental integration: the journey from idealism to realism", en Cooper, C. y Lockwood, A. (Eds.): *Progress in tourism, recreation and hospitality management*, vol. 4, Belhaven Press, Londres, pp. 33-46.
- Elliot-Spivack, S. M. (1990): "Turismo y Medio Ambiente: dos realidades sinérgicas", en *Papers Tourisme*, nº 3.
- Esteban Bolea, M. T. (1984): *Evaluación del impacto ambiental*, Fundación Mapfre, Madrid.
- Fariña, J. e Higuera, E. (1999): *Turismo y uso sostenible del territorio*, Instituto Juan de Herrera.
- Fourneau, F. y Marchena, M. (Dir.) (1991): *Ordenación y desarrollo del turismo en España y Francia*, Casa de Velásquez, Madrid.
- García Álvarez, A. (1994): *Guía práctica de evaluación de impacto ambiental*, Amarú, Salamanca.
- García Novo, F. (1981): "Efectos ecológicos de los equipamientos turísticos", en *Coloquio Hispano-Francés sobre espacios litorales*. Casa de Velásquez, Madrid.
- Gómez Orea, D. (1978): *El medio físico y la planificación*, Tomo I, CIFCA, Madrid.
- Goodall, B. (1992): "Environmental auditing for tourism", en Cooper, C. y Lockwood, A. (Eds.): *Progress in tourism, recreation and hospitality management*, vol. 4, Belhaven Press, Londres, pp. 60-74.
- Gratton, C. y Straaten, J. van der (1994): "The environmental impact of tourism in Europe", en Cooper, C. y Lockwood, A. (Eds.): *Progress in tourism, recreation and hospitality management*, vol. 5, Belhaven Press, Londres, pp. 147-161.
- Hunter, C. y Green, H. (1995): *Tourism and the environment. A sustainable relationship?*, Routledge, Londres.
- Jiménez Herrero, L. M. (1992): *Medio Ambiente y desarrollo alternativo (gestión racional de los recursos para una sociedad perdurable)*, IEPALA, Madrid.
- Jurado Almonte, J. M. (Dir.) (2002): *El Turismo en el Arco Suratlántico Onubense-Algarví*, Turismo Andaluz S. A., San Juan del Puerto.
- Le Bail, J. y Houze, C. (1999): "Desarrollo turístico y sociedad pesquera: El caso de Isla Mujeres (México)", en *Scripta Nova. Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales*, nº 45.
- Leno Cerro, F. (1989): *La evaluación de los recursos turísticos. El caso del Canal de Castilla*, 2 vols., Tesis Doctoral, Universidad Complutense, Madrid.
- Lozato-Giotart, J. P. (1990): *Geografía del Turismo*, Masson, Barcelona.
- Lozato-Giotart, J. P. (1991): *Mediterráneo y Turismo*, Masson, Barcelona.
- Marchena Gómez, M. J. (1998): "Desarrollo sostenible y espacios protegidos: la explotación del recurso turístico", en *Parques Naturales Andaluces. Conservación y Cultura*, Junta de Andalucía, Sevilla.
- Marchena Gómez, M. J. (1998): "Políticas de desarrollo de productos turísticos y estrategias de planificación del territorio", en Oliveras, J. y Antón, S. (Eds.): *Turismo y planificación del territorio en la España de fin de siglo*, universidad Rovira i Vigil, Tarragona, pp. 125-136.
- Oliveras, J. y Antón, S. (Eds.): *Turismo y planificación del territorio en la España de fin de siglo*, Universidad Rovira i Vigil, Tarragona.
- Pearce, D. (1988): *Desarrollo turístico: su planificación y ubicación geográfica*, Trillas, Ciudad de México.

Criterios de Evaluación

Se llevará a cabo un sistema de evaluación consistente en:

- Asistencia a clase: 20%
- Asistencia y realización de prácticas: 20%
- Realización de trabajos académicamente dirigidos: 20%
- Examen teórico-práctico: 40%

Recursos para el aprendizaje

- Pizarra y retroproyector
- Utilización de cañón de vídeo y ordenador para exposiciones y clases.

- Laboratorios.
- Biblioteca especializada.
- Acceso a Internet.

Idiomas en que se imparte (señalar con una cruz)

ESPAÑOL

INGLÉS

OTRO, especificar

Nombre de la Asignatura:

Métodos de Investigación Aplicados al Turismo

	Total	Teóricos	Prácticos	Actividades dirigidas	Trabajo Personal
Créditos ECTS	3	0,72	0,36	0,48	1,44
Distribución ECTS	Horas presenciales	18	9	3	2
	Horas NO presenciales			9	34

Profesorado		E-mail	Tutorías
Responsable	Martínez López, Francisco	Francis@uhu.es	
Otros	García del Hoyo, Juan José	hoyo@uhu.es	
	García Ordaz, Félix	felix@uhu.es	

Descriptores:

Conocimiento científico, Técnicas de Investigación, Estadística, Turismo

Objetivos

De carácter específico.

Conocer los principales elementos de la investigación científica. Identificar los elementos de un plan de investigación aplicado al turismo. Captación de fuentes de datos primarios y secundarios. Conocer y aplicar las principales técnicas estadísticas y econométricas aplicables a la investigación turística.

De carácter transversal o genérico.

Aprender a diseñar, formular e implementar un proyecto de investigación aplicable al ámbito del turismo en su vertiente socioeconómica.

Aproximaciones metodológicas

Con la finalidad de alcanzar los objetivos planteados proponemos utilizar una combinación de métodos docentes.

Teoría:

Lección Magistral

Tutorías

Seminarios

Discusión Dirigida

Práctica:

Ejercicios

Método del Caso

Discusión Dirigida

Contenidos

Teórico. El conocimiento científico. Principales elementos en la investigación científica. Técnicas de Investigación. Análisis económico del sector turístico.

Laboratorio. Tratamiento de datos. Búsqueda de información. Aplicación de técnicas estadísticas con software específico.

Bibliografía recomendada

Básica.

PADUA, JORGE, Técnicas de investigación aplicadas a las ciencias sociales, México. Fondo de Cultura Económica. 1979. 360 p.

BERGMANN, Gustav, Filosofía de la Ciencia, Ed. Tecnos, Madrid, 1971.

CASTELLS, Manuel, Metodología y Epistemología de las Ciencias Sociales, Ed. Ayuso, Madrid, 1975.

KUHN, Thomas S., La Estructura de las Revoluciones Científicas, Ed. FCE, Madrid, 1981.

NAGEL, Ernest, La Estructura de la Ciencia (Problemas de la Lógica de la Investigación Científica), Ed. Paidós, Buenos Aires, 1968.

LAKATOS, I.: Historia de la ciencia y sus reconstrucciones racionales. Madrid, Tecnos, 1974 (e.o. 1970).

POPPER, K. R. Ensayos de filosofía de la ciencia. Madrid, Tecnos, 1970.

Específica

SIERRA BRAVO, R.: Ciencias Sociales: Epistemología, lógica y metodología. Teoría y ejercicios. Madrid, Madrid, Paraninfo, 1984.

FERNANDEZ FUSTER, L., Historia general del turismo de masas. Madrid, Alianza, 1991.

RONQUILLO, A.: Estadística Aplicada al sector Turístico. Ed. Centro de estudios Ramón Areces.

AZANAR GRASSA, A. y A. GARCÍA FERRER, (1991), Problemas de Econometría, Madrid: Ed. Pirámide, 495 págs.

CANAVOS, G. C., (1988), Probabilidad y Estadística, México: McGraw-Hill, 651 págs.

DÍAZ FERNÁNDEZ, M., y M. M. LLORENTE MARRÓN, (1998), Econometría, Madrid: Pirámide, 299 págs.

ESPASA, A. y J. R. CANCELO (eds.), (1993), Métodos cuantitativos para el análisis de la coyuntura económica, Madrid: Alianza Editorial, 689 págs.

Criterios de Evaluación

Se llevará a cabo un sistema de evaluación consistente en:

- Asistencia a clase: 20%
- Asistencia y realización de prácticas: 20%
- Realización de trabajos académicamente dirigidos: 20%
- Examen teórico-práctico: 40%

Recursos para el aprendizaje

- Pizarra y retroproyector
- Utilización de cañón de video y ordenador para exposiciones y clases.
- Aulas de informática
- Biblioteca especializada.
- Acceso a Internet.

Idiomas en que se imparte (señalar con una cruz)

ESPAÑOL

INGLÉS

OTRO, especificar