UNIVERSIDAD DE SEVILLA
ESCUELA UNIVERSITARIA DE ESTUDIOS EMPRESARIALES

ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN DE EMPRESAS

DIPLOMATURA DE TURISMO (CURSO 1º ANUAL)

Curso 2004/05

Profesores

Dr. D. Cristóbal Casanueva Rocha
Dra. Dª. Mª Ángeles Gallego Águeda
D. Ricardo Sánchez Virués de Segovia

Departamento de Administración de Empresas y Comercialización e Investigación de Mercados (Marketing)

Código Seguro De Verificación	ZEZxiCvxvzu+Wry4uWasBQ==	Fecha	05/03/2021
Firmado Por	JOSE ANGEL PEREZ LOPEZ		
Url De Verificación	https://pfirma.us.es/verifirma/code/ZEZxiCvxvzu+Wry4uWasBQ==	Página	1/7

• PROFESORES.

Los profesores atenderán a los alumnos básicamente en las horas previstas para las tutorías. Para aclaraciones adicionales se ruega que los interesados se pongan en contacto con ellos a través de la dirección de correo electrónico, identificándose en el tema del mensaje como alumnos de la asignatura.

Los cambios esporádicos que se puedan producir en el horario de tutorías se comunicará a los alumnos con la antelación que sea posible mediante una nota en la puerta del despacho del profesor. Los horarios de las tutorías del segundo cuatrimestre se publicarán en su momento en los tablones oficiales del centro.

Profesor	Puesto	Despacho	e-mail	Grupos 1C	Grupos 2C	Tutorías (1er cuatrimestre)	
Cristóbal Casanueva	Titular E.U.	24	crocha@us.es	2	1-2	Martes Miércoles Jueves	17.30-19.00 10.00-13.00 10.00-11.30
Mª Ángeles Gallego	Asociado TC	22	maga@us.es	1-4	3-4	Miércoles Miércoles Jueves	9.30-13.00 14.30-15.30 18.30-20.00
Ricardo Sánchez	Asociado TP	13	rsvsturismo@hotmail.com	3	-	Miércoles	16.00-20.00

DEPARTAMENTO DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y MARKETING · SECRETARÍA · UNIVERSIDAD DE SEVILLA

Código Seguro De Verificación	ZEZxiCvxvzu+Wry4uWasBQ==	Fecha	05/03/2021
Firmado Por	JOSE ANGEL PEREZ LOPEZ		
Url De Verificación	https://pfirma.us.es/verifirma/code/ZEZxiCvxvzu+Wry4uWasBQ==	Página	2/7

• TEMARIO.

PARTE I: FUNDAMENTOS DE LA EMPRESA TURÍSTICA.

1.- EMPRESA, EMPRESARIO Y SECTOR TURÍSTICO (Cap. 1).

1. Concepto de empresa.
2. Concepto de empresario y espíritu empresarial.
3. Los objetivos de la empresa.
4. Tipos de empresas.
5. Las empresas del sector turismo.
6. Particularidades de las empresas turísticas.
7. El servicio turístico (Cap. 4. Apart. 1).
8. La empresa turística como sistema (Cap. 2).

2.- EL ENTORNO DE LA EMPRESA TURÍSTICA (Cap. 3).

1. El concepto de entorno y tipos de entorno.
2. El entorno general de la empresa turística.
3. El entorno específico de la empresa turística.
4. Delimitación del sector turístico.
5. Tendencias actuales en el entorno turístico.

PARTE II: ORGANIZACIÓN Y ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS.

3.- LA ADMINISTRACIÓN DE LA EMPRESA TURÍSTICA (Cap. 7).

1. El subsistema de dirección de la empresa turística.
2. La administración de la empresa como proceso.
3. El directivo de la empresa turística.
4. La toma de decisiones en la empresa turística.
5. Particularidades de la administración de empresas turísticas.

4.- DIRECCIÓN ESTRATÉGICA DE LA EMPRESA TURÍSTICA (Cap. 12).

1. El concepto de estrategia en la empresa turística.
2. Planificación estratégica y niveles de la estrategia.
3. Decisiones estratégicas a nivel corporativo en la empresa turística.
4. Decisiones estratégicas a nivel de negocio de la empresa turística.
5. Las competencias y habilidades en la empresa turística.

5.- PLANIFICACIÓN Y CONTROL EN LA EMPRESA TURÍSTICA (Cap. 8).

1. La importancia de la planificación en el sector turístico.
2. Los objetivos de la empresa turística.
3. Instrumentalización de la planificación.
4. Concepto de control y tipos.

DEPARTAMENTO DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS · UNIVERSIDAD DE SEVILLA · SECRETARIA

Código Seguro De Verificación	ZEZxiCvxvzu+Wry4uWasBQ==	Fecha	05/03/2021
Firmado Por	JOSE ANGEL PEREZ LOPEZ		
Url De Verificación	https://pfirma.us.es/verifirma/code/ZEZxiCvxvzu+Wry4uWasBQ==	Página	3/7

5. Herramientas de control en la empresa turística.

6.- DIRECCIÓN DE LA EMPRESA TURÍSTICA (Cap. 9).

1. Dirección de individuos y grupos en la empresa turística.
2. Motivación de los empleados en la empresa turística.
3. El liderazgo y la empresa turística.
4. La comunicación interna en la empresa turística.

7.- FUNDAMENTOS DE ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS (Cap. 10).

1. Concepto de organización.
2. La estructura de la empresa turística.
3. Mecanismos de coordinación.
4. Partes de la organización de la empresa turística.

8.- EL DISEÑO ORGANIZATIVO EN LA EMPRESA TURÍSTICA (Cap. 11).

1. Diseño de puestos de trabajo.
2. El diseño de la estructura.
3. El diseño de conexiones.
4. La descentralización en las organizaciones turísticas.
5. El diseño de la organización turística y el entorno.

PARTE III: GESTIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS.

9.- GESTIÓN DE RECURSOS HUMANOS EN EL SECTOR TURÍSTICO (Cap. 13).

1. Relevancia de los recursos humanos en el servicio turístico.
2. El proceso de gestión de los recursos humanos.
3. El reclutamiento del personal en la empresa turística.
4. La selección y la integración del personal en la empresa turística.
5. La formación en la empresa turística.
6. La gestión de incentivos en la empresa turística: promoción y salarios.

10.- GESTIÓN MEDIOAMBIENTAL EN LA EMPRESA TURÍSTICA (Cap. 15).

1. Medio ambiente, desarrollo sostenible y turismo.
2. El impacto ambiental de la actividad turística.
3. Razones para la gestión medioambiental de la empresa turística.
4. Los costes medioambientales.
5. La gestión medioambiental.
6. Actitudes estratégicas frente al medio ambiente.

11.- GESTIÓN DE LA PYME TURÍSTICA (Cap. 16).

1. Particularidades de la PYME turística.
2. La cooperación entre la PYME turística.
3. Procesos de subcontratación en el sector turismo.
4. La franquicia en el sector turístico.
5. La empresa turística familiar.

DEPARTAMENTO DE ADMINISTRA... UNIVERSIDA... SECRETA...

Código Seguro De Verificación	ZEZxiCvxvzu+Wry4uWasBQ==	Fecha	05/03/2021
Firmado Por	JOSE ANGEL PEREZ LOPEZ		
Url De Verificación	https://pfirma.us.es/verifirma/code/ZEZxiCvxvzu+Wry4uWasBQ==	Página	4/7

• BIBLIOGRAFÍA BÁSICA.

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

• BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA.

ALCAIDE, M.; GONZÁLEZ, M.; FLOREZ, I.: *Mercado de trabajo, reclutamiento y formación en España.* Pirámide. 1996.

ARCARONS, R.: *Administración, gestión y comercialización en la pequeña empresa hostelera.* Editorial Síntesis. Madrid. 1995.

DÍEZ DE CASTRO, E.; GALÁN, J.L.; MARTÍN, E.: *Introducción a la Economía de la Empresa I.* Ediciones Pirámide. Madrid. 1996.

DÍEZ DE CASTRO, E.; GALÁN, J.L.; MARTÍN, E.: *Introducción a la Economía de la Empresa II.* Ediciones Pirámide. Madrid. 1995.

FELIPE GALLEGO, J.: *Dirección estratégica en los hoteles del siglo XXI.* McGraw-Hill. Madrid. 1996.

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

GARCÍA DEL JUNCO, J.; CASANUEVA, C. (Coord.): *Gestión de empresas. Enfoques y técnicas en la práctica.* Ediciones Pirámide. Madrid. 1999.

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.

GARCÍA, J.; CASANUEVA, C.; GANAZA, J.; SÁNCHEZ, R.; ALONSO, M.A.: *Casos de Economía de la Empresa.* Ediciones Pirámide. Madrid. 1998.

MARTÍN, I.: *Dirección y gestión de empresas del sector turístico.* Pirámide. Madrid. 2000.

NORMANN, R.: *La gestión en las empresas de servicios.* Deusto. Bilbao. 1990.

SADGROVE, K.: *La ecología aplicada a la empresa.* Deusto. Bilbao. 1993.

Código Seguro De Verificación	ZEZxiCvxvzu+Wry4uWasBQ==	Fecha	05/03/2021
Firmado Por	JOSE ANGEL PEREZ LOPEZ		
Url De Verificación	https://pfirma.us.es/verifirma/code/ZEZxiCvxvzu+Wry4uWasBQ==	Página	5/7

• EXÁMENES

Durante el curso se realizarán dos exámenes parciales. El primero tendrá lugar el día 9 de febrero y recogerá los cinco primeros temas del programa. El segundo se realizará el 7 de junio y comprenderá el resto de los temas. El 29 de junio se realizará un examen final que comprenderá el conjunto de la asignatura. Los alumnos sólo tendrán que presentarse a la materia de los parciales que no hubiesen superado. Se realizará un examen final el 3 de septiembre que incluirá el conjunto de la asignatura. Para los alumnos repetidores se realizará un examen final (3ª convocatoria) que contendrá toda la materia impartida en el curso 2002/2003 el día 17 de diciembre. Con el mismo contenido se evaluará a los alumnos que tengan derecho a la convocatoria extraordinaria en un examen final previsto para el 13 de febrero.

En ningún caso, salvo lo expresamente dispuesto en los Estatutos de la Universidad de Sevilla, se realizará un examen o prueba fuera de las convocatorias oficiales.

Para aprobar la asignatura el alumno debe obtener una puntuación mínima de 5 puntos en la evaluación global del examen que constará de una parte teórica, compuesta por preguntas tipo test o preguntas cortas, y otra práctica, compuesta por casos de empresas. Los exámenes tipo test constarán de 20 preguntas con cuatro respuestas posibles y una sola correcta. Las respuestas incorrectas restarán un tercio del valor de las respuestas correctas. Cada una de las dos partes del examen equivalen al 50% de la nota. Es necesario obtener 2.5 puntos sobre 10 como mínimo en cada parte para hacer la media, en caso de no llegar a 2.5 puntos el alumno no habrá superado el examen.

Para la realización de la parte práctica del examen, el alumno puede utilizar todo el material bibliográfico que crea necesario con la condición de que sea original y de que no contenga anotaciones ni añadidos.

DEPARTAMENTO DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS - UNIVERSIDAD DE SEVILLA - SECRETARÍA - MARKETING

Código Seguro De Verificación	ZEZxiCvxvzu+Wry4uWasBQ==	Fecha	05/03/2021
Firmado Por	JOSE ANGEL PEREZ LOPEZ		
Url De Verificación	https://pfirma.us.es/verifirma/code/ZEZxiCvxvzu+Wry4uWasBQ==	Página	6/7

• TRABAJOS DURANTE EL CURSO

1. La realización de estos trabajos es **individual y voluntaria.**

2. Los trabajos consisten en la realización de casos prácticos en clase o fuera de ella, que el profesor irá mandando durante el cuatrimestre y que corresponderán a los temas de la asignatura.

3. El alumno puede optar por seguir este sistema de trabajo durante un parcial o en ambos.

4. La entrega de los trabajos se realizará en la hora de clase, cuando el profesor lo indique, y bajo ningún concepto fuera de ella.

5. Los casos o ejercicios entregados tendrán una extensión máxima de un folio por sus dos caras.

6. El profesor mandará como mínimo un caso práctico en cada tema.

7. Los trabajos sumarán en la nota final del examen y se evaluarán de la siguiente forma:

A.	80 % ó más de los casos:	1 punto
B.	70 % - 79 % " " " :	0,7 puntos
C.	60 % - 69 % " " " :	0,6 puntos
D.	50 % - 59 % " " " :	0,5 puntos
E.	menos del 50 % :	0 puntos

La obtención del punto adicional o de una parte proporcional del mismo dependerá no sólo del número de casos entregados, sino también de la calidad de los mismos (presentación, conocimientos, forma de expresión...).

DEPARTAMENTO DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y MARKETING - SECRETARÍA - UNIVERSIDAD DE SEVILLA

Código Seguro De Verificación	ZEZxiCvxvzu+Wry4uWasBQ==	Fecha	05/03/2021
Firmado Por	JOSE ANGEL PEREZ LOPEZ		
Url De Verificación	https://pfirma.us.es/verifirma/code/ZEZxiCvxvzu+Wry4uWasBQ==	Página	7/7