

PI_13_024_ANEXO1

COMPETENCIAS DE LAS ASIGNATURAS

1. FUNDAMENTOS DE ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS:

Management, dirección y gestión de los distintos tipos de organizaciones turísticas	ESPECÍFICA
Adaptación a las nuevas situaciones	GENERAL
Liderazgo	GENERAL
Razonamiento crítico	GENERAL
Resolución de problemas	GENERAL
Aprendizaje autónomo	GENERAL
Toma de decisiones	GENERAL
Trabajo en equipo	GENERAL
Capacidad de análisis y síntesis	GENERAL
Capacidad de organización y planificación	GENERAL
Compromiso ético	GENERAL
Comunicación oral y escrita en lengua nativa	GENERAL

2. OPERACIONES Y PROCESOS DE EMPRESAS TURÍSTICAS

Conocer el procedimiento operativo del ámbito de alojamiento	C. ESPECÍFICA
Conocer el procedimiento operativo del ámbito de restauración	C. ESPECÍFICA
Conocer el procedimiento operativo de las empresas de intermediación	C. ESPECÍFICA

Liderazgo	C. GENERAL
Motivación por la calidad	C. GENERAL
Razonamiento crítico	C. GENERAL
Resolución de problemas	C. GENERAL
Aprendizaje autónomo	C. GENERAL
Toma de decisiones	C. GENERAL
Trabajo en equipo	C. GENERAL
Capacidad de gestión e información	C. GENERAL
Capacidad de organización y planificación	C. GENERAL

*FUNDAMENTOS DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
TURÍSTICAS
CURSO 2012-2013*

*GUÍA DE TRABAJO
AUTÓNOMO 1
TEMA 2: PLANIFICACIÓN*

PROFESORES:

Margarita Ruiz Rodríguez

Salustiano Martínez Fierro

CONTENIDOS DEL TEMA:

1. Importancia de la planificación en el sector turístico
2. Concepto de planificación
3. El proceso de planificación
 - a. Elementos
 - b. Etapas
 - c. Principios y consejos para la planificación
4. Tipos de planes
5. Objetivos en la empresa turística: tipos, jerarquía y características
6. Dirección por objetivos

OBJETIVOS DE APRENDIZAJE PARA EL ALUMNO:

- ✓ Explicar la importancia de la planificación para las empresas
- ✓ Explicar por qué planificación y control son indisolubles en la empresa
- ✓ Recordar el concepto de planificación
- ✓ Enumerar los conceptos ligados a la planificación y distinguirlos entre sí
- ✓ Describir los pasos a dar en el proceso de planificación
- ✓ Enumerar principios y consejos prácticos a considerar en la planificación
- ✓ Describir los distintos tipos de planes en función de los diversos criterios de clasificación aplicables
- ✓ Describir los tipos de objetivos de las empresas, su jerarquía y las características que deben poseer
- ✓ Explicar en qué consiste la aplicación de un modelo de Dirección por Objetivos en las empresas

ACTIVIDADES INDIVIDUALES EN CLASE:

1. **Leer** con detenimiento el tema ofrecido como material
2. **Subrayar** el tema
3. Realizar un **esquema-resumen** y entregarlo al profesor

TEMPORALIZACIÓN: 60 minutos

ACTIVIDADES GRUPALES NO PRESENCIALES:

1. Consulte el material ofrecido por el profesor (tema y diapositivas), bibliografía básica de la asignatura y realice una búsqueda en internet para selección una empresa del sector turístico y analice los **elementos del proceso de planificación** de la empresa elegida
2. Igual que en la actividad anterior, identifique una empresa del sector turístico (puede ser la misma de la actividad 1) que aplique en su gestión el sistema de **Dirección por objetivos** y coméntelo.

Las actividades grupales deben ser realizadas por grupos de tres personas.

TEMPORALIZACIÓN: Una semana

ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN:

1. El alumno deberá contestar un cuestionario de cinco preguntas tipo test para comprobar que se han adquirido los **conocimientos** del tema.
2. El profesor pasará un cuestionario a los alumnos una vez finalizadas las actividades de la GTA para comprobar la **satisfacción** del alumnado con esta metodología.

BIBLIOGRAFÍA:

1. Casanueva Rocha, C.; García del Junco, J. y Caro, F.J. (2000): ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS. Ed. Pirámide.
2. Martín Rojo, I. (2009): “Dirección y gestión de empresas del sector turístico”. Ed. Pirámide
3. PARRA LÓPEZ, E.; CALERO GARCÍA, F. (2006): “Gestión y Dirección de Empresas Turísticas”. Editorial McGraw Hill.

MATERIALES:

Tema y diapositivas elaborados por los profesores a disposición del alumno en el campus virtual

*FUNDAMENTOS DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
TURÍSTICAS*

CURSO 2012-2013

*GUÍA DE TRABAJO
AUTÓNOMO 2*

*TEMA 3: GESTIÓN
ESTRATÉGICA DE LA
EMPRESA TURÍSTICA*

PROFESORES:

Margarita Ruiz Rodríguez

Salustiano Martínez Fierro

CONTENIDOS DEL TEMA:

1. El concepto de estrategia en la empresa turística
2. El proceso estratégico
3. Posición estratégica de la empresa: Los recursos y las capacidades como fuente de ventaja competitiva
4. Elección estratégica: Los niveles de la estrategia
5. Estrategias a nivel de negocio: ventaja en costes, diferenciación e híbridas
6. Estrategias corporativas: expansión, diversificación e internacionalización
 - 6.1. Estrategias de crecimiento: expansión y diversificación
 - 6.2. La internacionalización de la empresa turística
 - 6.3. Formas de crecimiento: interno y externo

2

OBJETIVOS DE APRENDIZAJE PARA EL ALUMNO:

- ✓ Recordar el concepto de Estrategia
- ✓ Explicar la vinculación entre la existencia de competencia y la necesidad de búsqueda de ventaja competitiva por las empresas
- ✓ Recordar las características de una estrategia que contribuyen al éxito
- ✓ Describir las fases del proceso estratégico
- ✓ Explicar la teoría de la empresa basada en los recursos y las capacidades
- ✓ Distinguir y esquematizar los distintos niveles estratégicos y las estrategias aplicables en cada uno de ellos
- ✓ Explicar las estrategias a nivel de negocio que pueden aplicar las empresas y recordar sus objetivos, fuentes, características y variantes
- ✓ Explicar los tipos, formas y características de las estrategias corporativas o de crecimiento, especialmente las de diversificación e internacionalización

- ✓ Explicar la concentración de empresas o formas de crecimiento externo
- ✓ Distinguir las diversas formas de cooperación y alianzas entre empresas turísticas

ACTIVIDADES INDIVIDUALES NO PRESENCIALES:

3

1. **Leer** con detenimiento el tema ofrecido como material
2. **Subrayar** el tema
3. Realizar un **esquema-resumen**

TEMPORALIZACIÓN: 60 minutos, ANTES DE COMENZAR EL TEMA EN CLASES.

ACTIVIDADES INDIVIDUALES PRESENCIALES:

1. **Leer** las lecturas disponibles en el campus virtual:
 - Para la primera parte, destinada al concepto de Estrategia y las estrategias competitivas:
 - Lectura 1: Definiciones de estrategia
 - Lectura 2: El general Giap y las guerras de Vietnam
 - Lectura 3: RR y CC de un equipo deportivo
 - Lectura 4: Walt Disney
 - Lectura 5: El corte Inglés y DIA
 - Lectura 6: La estrategia de respuesta rápida en la Banca por Internet
 - Lectura 7: Reingeniería de procesos en IBM crédito

- Para la segunda parte, dedicada a la Estrategia Corporativa serán las siguientes:

Lectura 8: La integración vertical en Pescanova

Lectura 9: La diversificación relacionada en el arroz Sos

Lectura 10: Estrategia de diversificación en un fabricante de televisores

Lectura 11: La inversión directa en el exterior de Campofrío

Lectura 12: La fusión por absorción del Banco Santander y Central Hispano

Lectura 13: Acuerdos de cooperación (Licencia, franquicia y contratos de larga duración)

Lectura 14: Acuerdos de cooperación (consorcios, spin-off y outsourcing)

Lectura 15: Fórmulas de crecimiento (Opa, Management buy out)

2. **Subrayar** los aspectos más importantes del texto y relacionarlo con los conceptos del tema
3. **Participar en la discusión y debate** dirigido por el profesor sobre el contenido de las lecturas

ACTIVIDADES GRUPALES NO PRESENCIALES:

1. Consulte el material ofrecido por el profesor (tema y diapositivas), lea las lecturas indicadas a continuación y haga un comentario con referencias a los contenidos del tema:
 - a. GTA lectura 1: La estrategia sin filigranas en Easyjet.
 - b. GTA lectura 2: IKEA
 - c. GTA lectura 3a,b,c: Grupo Virgin
 - d. GTA lectura 4: Zodiac diversificaciones hinchables
2. Realice una búsqueda de las principales empresas y corporaciones turísticas españolas.

TEMPORALIZACIÓN: Dos semanas

ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN:

1. El alumno deberá contestar un cuestionario de cinco preguntas tipo test para comprobar que se han adquirido los **conocimientos** del tema.
2. El profesor pasará un cuestionario a los alumnos una vez finalizadas las actividades de la GTA para comprobar la **satisfacción** del alumnado con esta metodología.

5

BIBLIOGRAFÍA:

1. Casanueva Rocha, C.; García del Junco, J. y Caro, F.J. (2000): "Organización y Gestión de Empresas Turísticas". Editorial Pirámide. (manual de la asignatura).
2. García-Tenorio Ronda, J.; et al. (2006): "Organización y Dirección de Empresas". Ed. Thomson.
3. Grant, R.M. (1996): "Dirección Estratégica. Conceptos, técnicas y aplicaciones". Editorial Civitas.
4. Martín Rojo, I. (2009): "Dirección y gestión de empresas del sector turístico". Editorial Pirámide.
5. Navas López, J.E.; Guerras Martínez, L.A. (2002): "La Dirección Estratégica de la Empresa. Teoría y aplicaciones". Editorial Cívitas.
6. Parra López, E.; Calero García, F. (2006): "Gestión y Dirección de Empresas Turísticas". Editorial McGraw Hill.

MATERIALES:

Tema y diapositivas elaborados por los profesores a disposición del alumno en el campus virtual

Lecturas complementarias disponibles en el campus virtual

*FUNDAMENTOS DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
TURÍSTICAS*

CURSO 2012-2013

*GUÍA DE TRABAJO
AUTÓNOMO 3*

*TEMA 5: ESTRUCTURA Y
DISEÑO ORGANIZATIVO DE LA
EMPRESA TURÍSTICA*

PROFESORES:

Margarita Ruiz Rodríguez

Salustiano Martínez Fierro

CONTENIDOS DEL TEMA:

1. La Función de Organización
2. Estructura organizativa de la empresa turística
 - a. El Organigrama
 - b. Principios de estructuración
 - c. Mecanismos de coordinación
 - d. Partes de la organización
3. Diseño organizativo en la empresa turística
 - a. Diseño de los puestos de trabajo
 - b. Agrupación de los puestos en unidades (departamentalización)
 - c. Diseño de las conexiones
 - d. Grado de centralización/descentralización del poder
 - e. Factores configuradores del diseño organizativo

OBJETIVOS DE APRENDIZAJE PARA EL ALUMNO:

- ✓ Entender que la Función de Organización es la encargada *de* ordenar y combinar los recursos de la empresa para la consecución de los objetivos mediante el diseño de la estructura organizativa adecuada (diseñar la organización)
- ✓ Comprender que Organizar una empresa es determinar qué tareas realizar, quién las debe realizar, cómo se agrupan y coordinan esas tareas, y dónde se toman las decisiones
- ✓ Conocer el proceso, elementos y decisiones en relación al diseño organizativo
- ✓ Entender que diseñar la organización es decidir la forma más apropiada de combinar los recursos organizativos para lograr los objetivos establecidos en la estrategia según las características y circunstancias de la empresa y su entorno

ACTIVIDADES INDIVIDUALES PRESENCIALES:

1. **Leer** con detenimiento el tema ofrecido como material
2. **Subrayar** el tema
3. Realizar un **esquema-resumen** para entregar al profesor en la última clase dedicada al tema

3

TEMPORALIZACIÓN: 60 minutos.

ACTIVIDADES GRUPALES NO PRESENCIALES:

1. Consulte el material ofrecido por el profesor (tema y diapositivas)
2. Proponer un caso ficticio de la estructura y diseño organizativo de una Empresa Turística aplicando los conceptos tratado en el tema:
 - Organigrama y partes de la organización
 - Diseño de puestos de trabajo: amplitud, profundidad, mecanismos de coordinación, formalización, capacitación, adoctrinamiento y tramo de control
 - Agrupación de puestos en unidades
 - Mecanismos de coordinación
 - Establecimiento del grado de centralización o descentralización del poder

TEMPORALIZACIÓN: Cuatro semanas

ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN:

1. El alumno deberá contestar un cuestionario de cinco preguntas tipo test para comprobar que se han adquirido los **conocimientos** del tema.
2. El profesor pasará un cuestionario a los alumnos una vez finalizadas las actividades de la GTA para comprobar la **satisfacción** del alumnado con esta metodología.

4

BIBLIOGRAFÍA:

1. Casanueva Rocha, C.; García del Junco, J. y Caro, F.J. (2000): “Organización y Gestión de Empresas Turísticas”. Editorial Pirámide. (manual de la asignatura)
2. Martín Rojo, I. (2009): “Dirección y gestión de empresas del sector turístico”. Ed. Pirámide
3. Parra López, E.; Calero García, F. (2006): “Gestión y Dirección de Empresas Turísticas”. Ed. McGraw Hill.

MATERIALES:

Tema y diapositivas elaborados por los profesores a disposición del alumno en el campus virtual

OPERACIONES Y PROCESOS EN EMPRESAS TURÍSTICAS

CURSO 2012-2013

GUÍA DE TRABAJO AUTÓNOMO #1

TEMA 3: las agencias de viajes

PROFESORES:

Jose Maria de Pablos Teijeiro

Salustiano Martínez Fierro

CONTENIDOS DEL TEMA:

1. Las agencias de viajes. Concepto y tipos de agencias de viajes
2. Las operaciones de producción en las agencias de viajes
3. La productividad de los servicios turísticos
4. La medida de la productividad
5. Casos prácticos

OBJETIVOS DE APRENDIZAJE PARA EL ALUMNO:

- ✓ Explicar la importancia de las agencias de viajes como elemento relevante en la intermediación turística
- ✓ Describir los tipos de agencia de viajes existentes en nuestra normativa
- ✓ Enumerar y describir los diferentes procesos que tienen lugar dentro del subsistema de operaciones de una agencia de viajes
- ✓ Enumerar los diferentes departamentos que intervienen en las operaciones de una agencia de viajes
- ✓ Conocer las funciones de las agencias de viajes

ACTIVIDADES INDIVIDUALES EN CLASE:

1. **Leer** con detenimiento el tema ofrecido como material (transparencias y archivos pdf) relacionados con los puntos 1, 2 y 3 del tema.
2. Realizar un **esquema-resumen** y entregarlo al profesor al final de la sesión.

TEMPORALIZACIÓN: 60 minutos

ACTIVIDADES GRUPALES NO PRESENCIALES:

1. Consulte el material ofrecido por el profesor, bibliografía básica de la asignatura y realice una búsqueda en internet para seleccionar una empresa del sector de la intermediación y analizar los **elementos característicos de su actividad productiva**.
2. Analice la función, o funciones, de la agencia elegida y coméntelas.
3. Elaborar en power point, o similar, UNA diapositiva con las conclusiones a las que han llegado tras la realización del trabajo.

Las actividades grupales deben ser realizadas por grupos de tres personas.

TEMPORALIZACIÓN: Una semana

ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN:

1. El alumno deberá contestar un cuestionario de cinco preguntas tipo test para comprobar que se han adquirido los **conocimientos** del tema.
2. El profesor pasará un cuestionario a los alumnos una vez finalizadas las actividades de la GTA para comprobar la **satisfacción** del alumnado con esta metodología.

BIBLIOGRAFÍA:

Arguedas, R. y Nogueras M.T. (2009). *Planificación, dirección y gestión financiera de empresas turísticas*. Ed. Universitaria Ramón Areces, pp. 109-113.

Bayón, F. y Martín, I. (2004). *Operaciones y procesos de producción en el sector turístico*. Ed. Síntesis. Madrid, pp 365-382.

Garrido Buj, S. y Pérez Gorostegui, E. (2008). *Manual básico de administración de empresas para los estudios de turismo*. Ed Centro de estudios Ramon Areces, 317-320.

Huertas García, R. y Domínguez Galcerán R.(2008). *Decisiones estratégicas para la dirección de operaciones en empresas de servicios y turísticas*. Publicaciones y ediciones de la Universidad de Barcelona, capítulo 4.

Martín Rojo, I. (2003). *Dirección y gestión de empresas del sector turístico*. Ed. Pirámide, pp 323-326

Normativa andaluza de aplicación al sector

MATERIALES:

Diapositivas y material adicional elaborados por los profesores a disposición del alumno en el campus virtual.

OPERACIONES Y PROCESOS EN EMPRESAS TURÍSTICAS

CURSO 2012-2013

GUÍA DE TRABAJO AUTÓNOMO #2

Diseño del producto turístico

PROFESORES:

Jose Maria de Pablos Teijeiro

Salustiano Martínez Fierro

CONTENIDOS:

Tema 8. Diseño y comercialización del producto turístico

Tema 9. Elaboración del producto turístico

Tema 10. Prestación y percepción del producto turístico

Tema 11. Fidelización y seguimiento del producto turístico

2

OBJETIVOS DE APRENDIZAJE PARA EL ALUMNO:

- ✓ Aprender a actuar técnicamente sobre el recurso turístico para convertirlo en producto comercializable.
- ✓ Completar el proceso de diseño de un producto turístico elegido por el grupo de trabajo.
- ✓ Distinguir la importancia de la calidad y de la excelencia en las organizaciones, y aplicar dichos principios al desarrollo de productos turísticos.

ACTIVIDADES INDIVIDUALES EN CLASE:

1. **Leer** con detenimiento el tema ofrecido como material (transparencias y archivos pdf) relacionados con los temas a tratar.
2. Realizar las actividades necesarias para completar las fases del diseño del producto turístico siguiendo una metodología de aprendizaje cooperativo

TEMPORALIZACIÓN: cuatro semanas. Ver fichas PDF en aula virtual

ACTIVIDADES GRUPALES PRESENCIALES:

1. Realizar las actividades necesarias para completar las fases del diseño del producto turístico siguiendo una metodología de aprendizaje cooperativo.

Las actividades grupales deben ser realizadas por grupos de cuatro personas.

TEMPORALIZACIÓN: cuatro semanas. Ver fichas PDF en aula virtual

3

ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN:

1. El alumno deberá contestar un cuestionario de cinco preguntas tipo test para comprobar que se han adquirido los **conocimientos** del tema.
2. El profesor pasará un cuestionario a los alumnos una vez finalizadas las actividades de la GTA para comprobar la **satisfacción** del alumnado con esta metodología.

BIBLIOGRAFÍA:

Bayón, F. y Martín, I. (2004). *Operaciones y procesos de producción en el sector turístico*. Ed. Síntesis. Madrid.

MATERIALES:

Diapositivas y material adicional elaborados por los profesores a disposición del alumno en el campus virtual.

Fundamentos de Administración de Empresas Turísticas

CUESTIONARIO DE SATISFACCIÓN:

Indica tu grado de acuerdo o desacuerdo con las siguientes afirmaciones (0= total desacuerdo/10= totalmente de acuerdo):

1. La guía de trabajo autónomo ha sido un documento útil a la hora de estudiar el tema.
2. La guía de trabajo autónomo me ha parecido una pérdida de tiempo.
3. Prefiero las clases en las que el profesor expone de forma oral los contenidos del tema.
4. A mi parecer los estudiantes universitarios no están preparados para estudiar a través de guiones de trabajo autónomo.
5. La realización de la guía de trabajo autónomo me ha supuesto un esfuerzo menor del que me habría supuesto estudiar el tema de forma tradicional.
6. El seguimiento de la guía me ha ayudado a comprender mejor el tema.
7. Sería capaz de sacar buena nota si realizase ahora un examen sobre los contenidos planteados en la guía de trabajo autónomo.
8. Considero que los conocimientos adquiridos serían los mismos si hubiese estudiado el tema de forma tradicional.

Fundamentos de Administración de Empresas Turísticas

CUESTIONARIO DE EVALUACIÓN TEMA 2:

1. Indique qué **NO es planificación**:

- a. decidir, por anticipado, cómo se quiere que sea la organización en el futuro (actividades principales, posición en los mercados...) y con qué dotación de medios cuenta para lograrlo.
- b. Se trata de determinar los puestos de trabajo y las actividades a realizar en cada uno de ellos para obtener beneficios.
- c. Implica un conjunto de decisiones de cara al futuro que se materializan en un conjunto de planes, desde los más amplios (referidos al conjunto de la organización y a un amplio periodo de tiempo) a los más concretos.
- d. Es el acto de definir las metas de la organización, determinar las estrategias para alcanzarlas y trazar planes para integrar y coordinar el trabajo de la organización.

2. Los **elementos del proceso** de planificación son:

- a. Tomar conciencia del problema, establecer objetivos, analizar las contingencias, evaluar y seleccionar alternativas, y, presupuestar.
- b. Misión, objetivos, estrategias, políticas, procedimientos, sanciones, programas y presupuestos
- c. Objetivos y planes
- d. Diseñar un proceso continuo, abierto y dinámico; las capacidades propias de la empresa; dividir los planes en etapas reducidas y manejables; establecer objetivos intermedios; hacer participar al personal en el proceso de planificación; y, planificar antes de hacer el presupuesto

3. Los **planes** son:

- a. Los medios para llegar a un fin
- b. Las metas finales a conseguir
- c. La manera de lograr los presupuestos
- d. Guían la conducta y evalúan los progresos

4. Los **objetivos**:

- a. Tienen que ser pocos y estar ordenados según su prioridad
- b. Deben ser realistas y verificables
- c. Deben ser conocidos por el personal de la empresa a todos los niveles
- d. Todas son ciertas

5. Las principales **aportaciones de la Dirección por Objetivos** a la gestión de la empresa son:

- a. Menor autonomía y responsabilidad a los empleados, y aumento de la motivación y el compromiso de los implicados.
- b. Menor autonomía y responsabilidad a los empleados, y no interviene en la motivación y el compromiso de los implicados.
- c. Mayor autonomía y responsabilidad a los empleados, y fomentar la motivación y el compromiso de los implicados.
- d. Mayor autonomía y responsabilidad a los empleados, y no interviene en la motivación y el compromiso de los implicados.

Fundamentos de Administración de Empresas Turísticas

CUESTIONARIO DE EVALUACIÓN TEMA 3:

1. La **estrategia** de la empresa es:
 - a. La búsqueda de ventaja competitiva que ayude a la empresa a obtener éxito.
 - b. La búsqueda de una misión que ayude a la empresa a alcanzar sus objetivos.
 - c. El conjunto formado por la misión y objetivos de la empresa
 - d. Además de los elementos de punto anterior, también incluye los procedimientos, políticas, reglas, presupuestos y programas.

2. Una **ventaja competitiva** es:
 - a. Cualquier característica intangible distintiva de la empresa.
 - b. Cualquier característica de la empresa que la diferencia de otra colocándola en una posición superior para competir, obteniendo un mayor rendimiento.
 - c. Cualquier característica de la empresa relacionada con la competencia.
 - d. Cualquier característica de la empresa, comparada con los competidores, que le permite una mayor diferenciación competitiva.

3. Las **estrategias de las empresas** se pueden clasificar en:
 - a. Estrategias Corporativas (Ventaja en costes, Diferenciación, De respuesta rápida) y de Negocio (Crecimiento e Internacionalización)
 - b. Estrategias Corporativas (Crecimiento e Internacionalización) y de Negocio (Ventaja en Costes, Diferenciación, De respuesta rápida)
 - c. Estrategias de Negocio (Ventajas en Costes y Diferenciación) y Corporativas (Crecimiento, Internacionalización, Acuerdos de cooperación y Alianzas)
 - d. Estrategias de Corporativas (Ventajas en Costes y Diferenciación) y de Negocio (Crecimiento, Internacionalización, Acuerdos de cooperación y Alianzas)

4. Con una **estrategia de diferenciación** las empresas pretenden:
 - a. Ofrecer mejores productos o servicios al mismo precio o mejorar los márgenes mediante precios ligeramente superiores.
 - b. Ofrecer productos distintos a mejor precio y obtener márgenes superiores.
 - c. Ofrecer productos distintos independientemente de su precio.
 - d. Ofrecer cualquier tipo de producto a un precio superior que los competidores.

5. Las **estrategias de expansión** de la empresa pueden ser de los siguientes tipos:
 - a. Desarrollo de producto (producto actual y mercado actual), desarrollo de mercado (producto actual y mercado nuevo), penetración en el mercado (producto nuevo en el mercado actual).
 - b. Penetración en el mercado (producto actual y mercado actual), desarrollo de mercado (producto actual y mercado nuevo), desarrollo de producto (producto nuevo en el mercado actual).
 - c. Desarrollo de producto (producto nuevo y mercado actual), desarrollo de mercado (producto actual y mercado nuevo), penetración en el mercado (producto nuevo en el mercado nuevo).
 - d. Penetración en el mercado (producto actual y mercado actual), desarrollo de mercado (producto nuevo y mercado nuevo), desarrollo de producto (producto nuevo en el mercado actual).

Fundamentos de Administración de Empresas Turísticas

CUESTIONARIO DE EVALUACIÓN TEMA 5:

1. La estructura de la empresa viene representada por el **organigrama**, en el que se muestran:
 - a. Los departamentos o divisiones, las líneas formales de responsabilidad, las relaciones de autoridad, los canales de comunicación formales y los equipos de trabajo formales.
 - b. Los departamentos o divisiones, las relaciones de autoridad, los canales de comunicación formales y los equipos de trabajo formales.
 - c. Los departamentos o divisiones y las líneas formales de responsabilidad.
 - d. Los departamentos o divisiones, las líneas formales de responsabilidad, las relaciones de autoridad, los mecanismos de coordinación y los equipos de trabajo formales.

2. **Los mecanismos de coordinación** de tareas son:
 - a. División del trabajo y especialización, jerarquía, autoridad, obligación y responsabilidad, unidad de mando, amplitud y línea o staff.
 - b. Adaptación mutua, supervisión directa, supervisión indirecta, normalización y enriquecimiento.
 - c. División del trabajo y especialización, jerarquía y unidad de mando.
 - d. Adaptación mutua, supervisión directa y normalización.

3. El **diseño organizativo** está formado por:
 - a. Elaboración del organigrama, diseño de los puestos de trabajo, agrupación de las unidades, diseño de las conexiones y grado de centralización de poder.
 - b. División de tareas, diseño de los puestos de trabajo y agrupación de las unidades.
 - c. Diseño de los puestos de trabajo, agrupación de las unidades, diseño de las conexiones y grado de centralización de poder.
 - d. Ninguna de las anteriores es cierta.

4. Un **puesto de trabajo enriquecido** es aquel que:
- a. Se compone de muchas tareas diferentes.
 - b. Permite al trabajador decidir sobre su trabajo.
 - c. Está recompensado con un salario elevado.
 - d. Cumple las tres características anteriores.
5. La **coordinación entre departamentos sin dependencia jerárquica** se establece de las siguientes formas:
- a. Coordinación selectiva y paralela.
 - b. Control del rendimiento, planificación de las acciones y mecanismos de enlace laterales.
 - c. Coordinación horizontal.
 - d. Adaptación mutua, supervisión directa y normalización de tareas, de resultados y de habilidades.

Operaciones y Procesos de Empresas Turísticas

CUESTIONARIO DE EVALUACIÓN TEMA 3:

1. Según la legislación española, las **Agencias de Viajes** se pueden clasificar en:
 - a. Receptivas, emisoras y emisoras receptivas.
 - b. Mayoristas, minoristas y mayoristas-minoristas.
 - c. Receptivas, emisoras, emisoras receptivas, mayoristas, minoristas y mayoristas-minoristas
 - d. Receptivas, emisoras, emisoras receptivas, mayoristas, minoristas, mayoristas-minoristas, especializadas, in-plant y virtuales.

2. Las **agencias de viajes in-plant** son:
 - a. Las que se instalan en centros comerciales en lugares destacados para los clientes.
 - b. Las que ofrecen sus servicios a trabajadores de empresas extranjeras cuando viajan por motivos laborales.
 - c. Las que se instalan en empresas cuyos trabajadores viajan bastante por motivos laborales.
 - d. Las que se instalan temporalmente en empresas para promocionar a los trabajadores viajes vacacionales.

3. Señale la respuesta que **NO es correcta**:
 - a. Las funciones de las agencias de viajes son de carácter receptivas, emisoras o virtuales.
 - b. La función mediadora se lleva a cabo fundamentalmente por las agencias minoristas.
 - c. Los sistemas SCR y GDS sirven para obtener información actualizada de destinos, proveedores, viajes y servicios
 - d. Los viajes combinados también se denominan *paquetes turísticos o forfaits*.

4. Los sistemas de gestión **intraorganizativos**:
 - a. Son denominados también como de "back-office"
 - b. Permiten la interconexión electrónica entre diversas organizaciones independientes
 - c. Permiten a la agencia de viajes conectarse a internet
 - d. Ninguna respuesta es correcta

5. Ejemplos de programas de gestión externa o "**front-office**" serían:
 - a. Aquellos relacionados con la atención al cliente, y con el flujo de información entre las distintas organizaciones turísticas que interactúan
 - b. Programas informáticos de contabilidad, fiscalidad, gestión de personal...
 - c. Aquellos relacionados con las nuevas técnicas de marketing empresarial
 - d. Ninguna respuesta es correcta

Operaciones y Procesos de Empresas Turísticas

CUESTIONARIO DE EVALUACIÓN TEMAS 8-11 :

1. Cuando hablamos de “todo elemento material que tiene capacidad por sí mismo o en combinación con otros, para atraer visitantes a una determinada localidad o zona” nos estamos refiriendo a un :
 - a. Producto turístico
 - b. Recurso turístico
 - c. Destino turístico

2. El producto turístico puede distribuirse por distintas vías en función de si existen o no intermediarios. En el caso de que el consumidor sea el que adquiera directamente el producto o servicio, hablamos de:
 - a. Distribución indirecta corta
 - b. Distribución directa corta
 - c. Distribución indirecta larga

3. Una característica de la percepción es:
 - a. Que no depende del cliente, sino de la empresa turística
 - b. Que realmente no existe, es un invento de los economistas
 - c. Que puede ser simultánea o sucesiva

4. La expresión “prestación del 1xN al 1x1” hace referencia a:
 - a. El número de servicios necesarios que recibe un cliente.
 - b. La percepción subjetiva del cliente turístico.
 - c. Convertir el trato masivo en trato individualizado y personalizado.

5. La fase de diseño del producto turístico puede concluir:
 - a. Con una decisión positiva de puesta en marcha del producto
 - b. Con una decisión negativa y por tanto el abandono del proyecto
 - c. Las respuestas anteriores son ciertas

ANEXO PI_13_024_Anexo13

ANÁLISIS ESTADÍSTICO DE LOS DATOS DEL PROYECTO

En la siguiente tabla aparecen los estadísticos descriptivos de las preguntas del cuestionario de satisfacción realizados a los alumnos, en global para todo el proyecto, es decir para las dos asignaturas:

Estadísticos descriptivos en conjunto para todo el proyecto

	N	Mínimo	Máximo	Media	Desv. típ.	Varianza
La GTA ha sido un documento útil a la hora de estudiar el tema	640	,00	10,00	6,6922	2,31088	5,340
La GTA me ha parecido una pérdida de tiempo	639	,00	10,00	2,9311	2,75344	7,581
Prefiero las clases en las que el profesor expone de forma oral los contenidos del tema	640	,00	10,00	5,3781	3,05108	9,309
A mi parecer los estudiantes universitarios no están preparados para estudiar a través de GTAs	640	,00	10,00	3,2922	2,74485	7,534
La realización de la GTA me ha supuesto un esfuerzo menor del que me habría supuesto estudiar el tema de forma tradicional	639	,00	10,00	6,1221	2,64412	6,991
El seguimiento de la GTA me ha ayudado a comprender mejor el tema	640	,00	10,00	6,9047	2,29689	5,276
Sería capaz de sacar buena nota si realizase ahora un examen sobre los contenidos planteados en la GTA	639	,00	10,00	4,9718	2,44869	5,996
Considero que los conocimientos adquiridos serían los mismos si hubiese estudiado el tema de forma tradicional	639	,00	10,00	4,3552	2,59864	6,753

Además de analizar los resultados medios globales, se ha realizado un análisis estadístico de diferencia de medias dividiendo la muestra en dos grupos según las

asignaturas para comprobar si hay diferencias estadísticamente significativas entre los alumnos de cada asignatura. A continuación mostramos los resultados separados por asignatura:

Estadísticos descriptivos para la asignatura de FAET

	N	Mínimo	Máximo	Media	Desv. típ.	Varianza
La GTA ha sido un documento útil a la hora de estudiar el tema	349	,00	10,00	6,7679	2,20384	4,857
La GTA me ha parecido una pérdida de tiempo	349	,00	10,00	2,6418	2,49265	6,213
Prefiero las clases en las que el profesor expone de forma oral los contenidos del tema	349	,00	10,00	5,5903	2,93434	8,610
A mi parecer los estudiantes universitarios no están preparados para estudiar a través de GTAs	349	,00	10,00	3,2865	2,69063	7,240
La realización de la GTA me ha supuesto un esfuerzo menor del que me habría supuesto estudiar el tema de forma tradicional	349	,00	10,00	6,0802	2,50043	6,252
El seguimiento de la GTA me ha ayudado a comprender mejor el tema	349	,00	10,00	6,8997	2,11962	4,493
Sería capaz de sacar buena nota si realizase ahora un examen sobre los contenidos planteados en la GTA	348	,00	10,00	4,5805	2,23848	5,011
Considero que los conocimientos adquiridos serían los mismos si hubiese estudiado el tema de forma tradicional	349	,00	10,00	4,3582	2,65671	7,058

Estadísticos descriptivos para la asignatura de OPET

	N	Mínimo	Máximo	Media	Desv. típ.	Varianza
La GTA ha sido un documento útil a la hora de estudiar el tema	291	,00	10,00	6,6014	2,43378	5,923
La GTA me ha parecido una pérdida de tiempo	290	,00	10,00	3,2793	3,00540	9,032
Prefiero las clases en las que el profesor expone de forma oral los contenidos del tema	291	,00	10,00	5,1237	3,17183	10,061
A mi parecer los estudiantes universitarios no están preparados para estudiar a través de GTAs	291	,00	10,00	3,2990	2,81314	7,914
La realización de la GTA me ha supuesto un esfuerzo menor del que me habría supuesto estudiar el tema de forma tradicional	290	,00	10,00	6,1724	2,81087	7,901
El seguimiento de la GTA me ha ayudado a comprender mejor el tema	291	,00	10,00	6,9107	2,49667	6,233
Sería capaz de sacar buena nota si realizase ahora un examen sobre los contenidos planteados en la GTA	291	,00	10,00	5,4399	2,60616	6,792
Considero que los conocimientos adquiridos serían los mismos si hubiese estudiado el tema de forma tradicional	290	,00	10,00	4,3517	2,53155	6,409

Para hacer la prueba T de diferencia de medias, previamente se ha comprobado la homogeneidad de varianzas, para cada una de las preguntas en los dos grupos, a través de la prueba de Levene. Los resultados indican que se rechaza la hipótesis de igualdad de varianzas al 95%, suponiéndose que son distintas, para las preguntas 1, 2, 3¹, 4, 5 y 6. Por tanto, con esta información se ha procedido a realizar la prueba T de diferencias de medias indicando si se asume igualdad de varianzas o no. Los datos indican que las medias de las preguntas 2, 3 y 4 son estadísticamente diferentes. Con

¹ Para esta pregunta se rechaza la hipótesis de igualdad de varianzas al 90%.

lo cual sólo tiene sentido analizar por separado en ambas asignaturas estas tres preguntas.

**ACTA DE LA REUNIÓN DE LA SECCIÓN DEPARTAMENTAL DEL CAMPUS DE JEREZ DEL
DEPARTAMENTO DE ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS**

Asistentes

D^a Margarita Ruiz Rodríguez
D. Salustiano Martínez Fierro
D. Antonio Rafael Ramos Rodríguez
D. José Ricardo Prieto Almisas
D. Manuel García Rodríguez
D. José María Biedma Ferrer
D. José María de Pablos Teijeiro
D^a Alicia Martín Navarro

Excusan asistencia:

D^a. M^a Concepción Ferguson Amores
D^a. M^a Angeles Frende Vega
D. Jose Aurelio Medina Garrido
D. Miguel Angel Montañés

En Jerez de la Frontera, siendo las once horas del día 11 de julio de 2013, en el Seminario 1760 de la 1ª Planta del Edificio de Despachos y Seminarios de la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación, da comienzo la sesión de presentación del Proyecto Innovación denominado “Aplicación de Guías de Trabajo Autónomo (GTAs) como herramienta innovadora docente en asignaturas de Organización de Empresas en el Grado de Turismo”. Dicho proyecto está compuesto por profesores de la Sección Departamental, D. Salustiano Martínez Fierro, como responsable del mismo, junto con los profesores D^a. Margarita Ruiz Rodríguez y D. José María de Pablos Teijeiro, responsables de las asignaturas sobre las que se aplica la herramienta docente considerada en el proyecto.

Toma la palabra el profesor D. Salustiano Martínez Fierro, en calidad de responsable del proyecto, junto con los profesores para exponer las características, procedimiento y resultados alcanzados en dicho proyecto de innovación docente.

Así, se pone de manifiesto que la Declaración de Bolonia ha permitido que las universidades españolas estén inmersas en un proceso de integración en el Espacio Europeo de Educación Superior, que está introduciendo importantes modificaciones en la organización de los estudios universitarios. Es la oportunidad perfecta para impulsar una reforma de sus prácticas pedagógicas generadoras de aprendizaje enfocado a dar mayor protagonismo al estudiante en su formación, fomentar el trabajo colaborativo, organizar la enseñanza en función de las competencias que se deban adquirir, potenciar la adquisición de herramientas de aprendizaje autónomo y permanente, etc.

En este proceso de cambio y adaptación al nuevo sistema del EEES surge este proyecto de innovación docente con el propósito de realizar una propuesta innovadora en la planificación docente en las asignaturas de Organización de Empresas del primer curso del Grado de Turismo de la Universidad de Cádiz: Fundamentos de Administración de Empresas Turísticas y Operaciones y Procesos de Empresas Turísticas. Se pretenden solucionar los principales problemas detectados en el aula, y que afectan al rendimiento del alumnado, como son su pasividad, el alto nivel de absentismo y la costumbre de reducir el estudio exclusivamente al material suministrado por el profesor. Para ello se ha implantado en las dos asignaturas, siendo esta la novedad e interés del proyecto de innovación docente, una metodología basada en el aprendizaje por indagación en la que a través del desarrollo de “Guías de Trabajo Autónomos” (GTAs). Con estas guías se pretende facilitar el aprendizaje

autónomo de los alumnos para que anticipen la adquisición de objetivos, aumenten su motivación y mejoren los resultados académicos.

A continuación se describe el desarrollo del proyecto de innovación docente llevado a cabo, la realización de GTAs y su utilización por parte del alumno para determinar las ventajas e inconvenientes, si los hubiera, de este tipo de herramienta metodológica. Posteriormente se presentan y analizan los resultados obtenidos, en cuanto al grado de satisfacción del alumnado en la implantación de esta técnica docente y la efectividad de las GTAs en términos de adquisición de competencias y conocimientos por parte del alumno.

Tras lo cual, diversos compañeros aportan sus opiniones y puntos de vista. Consideran interesante tanto la herramienta metodológica empleada como los resultados alcanzados, los cuales suscitan un debate.

Se despide la sesión informativa cuya intención es transmitir la experiencia del equipo de profesores de la sección Departamental de este tipo de herramienta metodológica.

Y sin más asuntos que tratar, se levanta la sesión siendo las once horas y cincuenta minutos del día arriba indicado. De lo que doy fe como Directora de la Sección Departamental del Departamento de Organización de Empresas.



Fdo: Margarita Ruiz Rodríguez

SECCION DEPARTAMENTAL
DEL CAMPUS DE JEREZ

**ROSARIO DÍAZ ORTEGA, SECRETARIA DE LA FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y
DE LA COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD DE CÁDIZ,**

I N F O R M A: Que en el punto 2º del orden del día de la Comisión de Garantía de Calidad del Centro celebrada el día 18 de Julio de 2013, el profesor Salustiano Martínez Fierro presentó a los miembros de esta comisión el proyecto de innovación docente "Desarrollo de Guiones de Trabajo Autónomo para la adquisición de competencias y conocimientos y para la mejora docente de asignaturas del área de empresas en el Grado de Turismo".

Y para que conste y surta los efectos oportunos, firmo el presente informe.

En Jerez de la Frontera, a dieciocho de julio de 2013.



LA SECRETARIA

Fdo: Rosario Díaz Ortega