

Curso Académico: (2019 / 2020)

Fecha de revisión: 27-03-2019

Departamento asignado a la asignatura: Departamento de Economía de la Empresa

Coordinador/a: ALVAREZ GIL, MARIA JOSEFA

Tipo: Obligatoria Créditos ECTS : 3.0

Curso : 1 Cuatrimestre : 1

OBJETIVOS

COMPETENCIAS

- * Adquirir conocimientos para responder a nuevos retos de emprendeduría turística.
- * Analizar las fuentes de información para el análisis de los espacios y las actividades turísticas.
- * Manejar adecuadamente el empleo de conceptos innovadores vinculados a la gestión turística.
- * Valorar el espíritu crítico para una mejora permanente del producto turístico, tomando la iniciativa en la renovación y actualización permanente de las ofertas.
- * Comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas
- * Aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.
- * Comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.

RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

Dotar a los alumnos de los conocimientos para establecer un proceso riguroso y profesional de creación y gestión de marcas, para posteriormente, aplicar estos conceptos a la creación de una marca de destino y/o recurso en el ámbito turístico.

DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS: PROGRAMA

El concepto de emprendedor y la iniciativa emprendedora.
Identificación de oportunidades de negocio
Definición de un proyecto empresarial. Plan empresarial.
Herramientas de planificación y de apoyo a la toma de decisiones

ACTIVIDADES FORMATIVAS, METODOLOGÍA A UTILIZAR Y RÉGIMEN DE TUTORÍAS

a) Clases teóricas:

Clases magistrales con soporte de medios informáticos y audiovisuales, en las que se desarrollan los conceptos principales de la materia y se proporciona la bibliografía para complementar el aprendizaje de los alumnos.

b) Clases prácticas:

Lectura crítica de textos recomendados por el profesor de la asignatura: Artículos de prensa, informes, manuales y/o artículos académicos, bien para su posterior discusión en clase, bien para ampliar y consolidar los conocimientos de la asignatura.

Exposición y discusión en clase, bajo la moderación del profesor de temas relacionados con el contenido de la materia, así como de casos prácticos extraídos de la realidad empresarial que serán distribuidos con antelación a los alumnos para su preparación en equipo y su resolución por escrito.

c) Trabajo final:

Exposición y redacción de una iniciativa emprendedora, analizando los principales aspectos relacionados con su puesta en funcionamiento y su desarrollo.

SISTEMA DE EVALUACIÓN

Presentaciones orales y participación en clase (20%)

Trabajo escrito (40%)

Examen final escrito (40%)

Se requerirá una nota mínima de 4 puntos en el examen final.

Peso porcentual del Examen Final:	40
--	----

Peso porcentual del resto de la evaluación:	60
--	----

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

- Almada, A.A. Micro emprendedores. Una guía paso a paso para construir tu propio negocio, Piramides, 2015
- Blanco Jiménez, F.; Romero Ania, A.; Gómez Fidalgo, D.; Vizcaíno López, A. Oportunidades: Emprendimiento verde, social y tecnológico, Esic, 2013