

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: Optativa Créditos ECTS : 3.0

Curso : 1 Cuatrimestre : 1

OBJETIVOS**COMPETENCIAS**

- * Demostrar el conocimiento en materia turística.
- * Que los estudiantes sepan 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.
- * Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.
- * Que los estudiantes sepan 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.
- * Analizar las fuentes de información para el análisis de los espacios y las actividades turísticas.
- * Evaluar el papel estratégico del turismo para el desarrollo económico de los pueblos y la puesta en valor y conservación activa de los recursos naturales y culturales.
- * Capacitar para interpretar la diversidad social y cultural.
- * Aplicar las variables económicas, legales, sociales y políticas que intervienen en el Turismo, para el impulso de los bienes de interés cultural y natural.

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

Introducción a la responsabilidad social corporativa (RSC)
 Análisis de las tres dimensiones: económica, social y medioambiental.
 Códigos de conducta y certificaciones.
 Informes y memorias: Herramientas de análisis

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:

Resolución de casos prácticos, problemas, etc. planteados por el profesor.

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.

SISTEMA DE EVALUACIÓN

Participación en clase y resolución de casos (60%)

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

- Martinez, P & Rodriguez I La Responsabilidad Social Corporativa en el sector turístico: Una aproximación desde la perspectiva del Turismo Sostenible, Editorial Académica española, 2017
- Moreno, A. La responsabilidad social empresarial: Oportunidades estratégicas, organizativas y de recursos humanos, Piramide, 2012
- Navarro Garcia, F. Responsabilidad social corporativa: Teoria y práctica, Esic, 2012

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

- . A TRAVÉS DE LA INTRANET SE FACILITARÁ REFERENCIAS RECIENTES DE LOS ASPECTOS TRATADOS, .,