



## FACULTAD DE FILOSOFÍA Y CIENCIAS HUMANAS

### ESCUELA INGENIERÍA EN TURISMO

#### 1. Datos

**Materia:** EMPRESAS TURISTICAS  
**Código:** FLC0312  
**Paralelo:** A  
**Periodo :** Marzo-2019 a Julio-2019  
**Profesor:** MALO OTTATI SANTIAGO JOSÉ  
**Correo electrónico:** smalo@uazuay.edu.ec  
**Prerrequisitos:**  
 Ninguno

**Nivel:** 6

**Distribución de horas.**

Docencia	Práctico	Autónomo:		Total horas
		Sistemas de tutorías	Autónomo	
4				4

#### 2. Descripción y objetivos de la materia

La asignatura pretende cubrir los contenidos asociados con el funcionamiento de las empresas, sus subsistemas, la gestión y administración de negocios del sector turístico y comprender e implementar el proceso de planificación estratégica en los mismos.

La materia de Empresas Turísticas es una asignatura técnica que permite al estudiante conocer, analizar y aplicar las corrientes, principios y fundamentos administrativos, así como también brinda las pautas necesarias para realizar una gestión eficiente en las diferentes tipologías de negocios que se desarrollan en el sector turístico.

La materia tiene relación con las asignaturas de Legislación Turística y Empresarial, Agencias de Viajes, Planificación Turística, Marketing y Producto Turístico y Sistemas de Calidad. Se utilizará en este proceso de aprendizaje las conceptualizaciones y herramientas que se abarcan en las antes mencionadas materias y en su respectiva aplicación.

#### 3. Objetivos de Desarrollo Sostenible

#### 4. Contenidos

<b>1.</b>	<b>Introducción a la Administración</b>
1.1.	Conceptualización de administración (1 horas)
1.2.	Evolución histórica (1 horas)
1.3.	Escuelas Administrativas (2 horas)
<b>2.</b>	<b>Fundamentos de las Empresas Turísticas</b>
2.1.	Empresa, empresario y sector turístico. (3 horas)
2.2.	Los subsistemas de la empresa turística (3 horas)

2.3.	El entorno de la empresa turística (3 horas)
2.4.	Operatividad y Funcionalidad en el servicio turístico (3 horas)
<b>3.</b>	<b>Organización y Administración de Empresas Turísticas</b>
3.1.	Fundamentos Organizacionales en las Empresas Turísticas. (2 horas)
3.2.	Filosofía Organizacional. (3 horas)
3.3.	Diseño Organizacional. (3 horas)
3.4.	Cultura Organizacional. (3 horas)
<b>4.</b>	<b>Planificación Estratégica de las Empresas Turísticas</b>
4.1.	Conceptualización. (2 horas)
4.2.	Alcance e Importancia. (6 horas)
4.3.	Características. (2 horas)
4.4.	Etapas de la Planificación Estratégica (0 horas)
4.5.1.	Análisis y Evaluación Situacional. (3 horas)
4.5.2.	Planificación. (3 horas)
4.5.3.	Organización. (3 horas)
4.5.4.	Dirección. (3 horas)
4.5.5.	Control. (3 horas)
4.5.6.	Evaluación y Seguimiento. (3 horas)
<b>5.</b>	<b>Gestión de Empresas Turísticas</b>
5.1.	Estructuración y operatividad de las áreas funcionales de las empresas turísticas. (2 horas)
5.2.	Factores de críticos de éxito empresarial y Cadena de Valor Turística. (3 horas)
5.3.	El liderazgo y la comunicación. (2 horas)
5.4.	La capacidad instalada. (2 horas)

## 5. Sistema de Evaluación

### Resultado de aprendizaje de la carrera relacionados con la materia

#### Resultado de aprendizaje de la materia

#### aj. Adopta la ley de turismo y sus reglamentos para el desarrollo de sus actividades profesionales.

Resultado de aprendizaje de la materia	Evidencias
-Comprende la incidencia de la normativa legal turística en el ámbito.	-Evaluación escrita -Evaluación oral -Investigaciones -Proyectos -Resolución de ejercicios, casos y otros -Trabajos prácticos - productos

#### cq. Aplica la estructura administrativa y planificación estratégica en empresas de intermediación, alojamiento, trasportación y complementarias

-Diferencia los requerimientos organizacionales de cada empresa turística	-Evaluación escrita -Evaluación oral -Investigaciones -Proyectos -Resolución de ejercicios, casos y otros -Trabajos prácticos - productos
-Ejecuta la planificación estratégica en diversas tipologías de empresas turísticas	-Evaluación escrita -Evaluación oral -Investigaciones -Proyectos -Resolución de ejercicios, casos y otros -Trabajos prácticos - productos
-Estabelce la estructura organizacional en función de la tipología empresarial	-Evaluación escrita -Evaluación oral -Investigaciones -Proyectos -Resolución de ejercicios, casos y otros -Trabajos prácticos - productos

## Desglose de evaluación

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
Evaluación escrita	Primer aporte, prueba escrita en base a contenidos desarrollados en clases		APORTE 1	5	Semana: 6 (15/04/19 al 18/04/19)
Evaluación escrita	Examen interciclo, contenidos desarrollados en clase		APORTE 2	10	Semana: 10 (13/05/19 al 18/05/19)
Resolución de ejercicios, casos y otros	Tercer aporte. trabajos varios desarrollados durante el ciclo		APORTE 3	15	Semana: 15 (17/06/19 al 22/06/19)
Trabajos prácticos - productos	Examen Final: Desarrollo y defensa del modelo de empresa desarrollado por los estudiantes.		EXAMEN	20	Semana: 17-18 (30-06-2019 al 13-07-2019)
Trabajos prácticos - productos	Examen Final: Desarrollo y defensa del modelo de empresa desarrollado por los estudiantes.		SUPLETORIO	20	Semana: 20 ( al )

## Metodología

La metodología, a ser empleada para la siguiente asignatura estará conformada por:

1. Clases presenciales en las cuales se dé a conocer los contenidos de relevancia para la asignatura.
2. Lecturas, videos y foros en el campus virtual que refuercen el proceso de aprendizaje.
3. Visita a empresas referente del sector turístico.
4. Elaboración de un modelo de empresa que permita al estudiante conocer las dificultades y ventajas del emprendimiento.

## Criterios de Evaluación

Para la presente asignatura dentro de sus criterios de evaluación se ha contemplado lo siguiente:

1. Todo trabajo, ejercicio, lección serán notificados con la respectiva pertinencia para que el estudiante los desarrolle. Una vez fijada esta fecha no se permitirá la recepción de los mismos fuera de fecha.
2. Todos los estudiantes deberán respetar sus horarios de clases y cumplir con las actividades presentadas en dichas jornadas.
3. Los estudiantes deberán trabajar en equipo, respetar la armonía del curso y fomentar la creación de espacios de dialogo y de desarrollo personal y grupal en la asignatura.

## 6. Referencias

### Bibliografía base

#### Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
SANDHU, RESHAM. BEECH, JOHN, ED.; CHADWICK, SIMON, ED.	Síntesis	Análisis del entorno empresarial y de la estrategia en turismo	2009	
PARRA LOPEZ, EDUARDO; CALERO GARCIA, FRANCISCO	McGraw-Hill	Gestión y dirección de empresas turística	2006	
CASANUEVA CRISOBAL	Pirámide	Organización y Gestión de Empresas Turísticas	2005	

#### Web

#### Software

### Bibliografía de apoyo

#### Libros

#### Web

#### Software

---

Docente

---

Director/Junta

Fecha aprobación: **27/02/2019**

Estado: **Aprobado**