

**FICHA IDENTIFICATIVA****Datos de la Asignatura**

Código	35135
Nombre	Emprendimiento en Actividades Turísticas
Ciclo	Grado
Créditos ECTS	6.0
Curso académico	2023 - 2024

Titulación(es)

Titulación	Centro	Curso	Periodo
1317 - Grado en Turismo	Facultad de Economía	4	Primer cuatrimestre

Materias

Titulación	Materia	Carácter
1317 - Grado en Turismo	35 - Dirección de Empresas II (Int.Turismo Urbano)	Optativa

Coordinación

Nombre	Departamento
LLOPIS CORCOLES, OSCAR	105 - Dirección de Empresas 'Juan José Renau Piqueras'

RESUMEN

En el sector turístico, cada vez más globalizado y competitivo, la figura del emprendedor adquiere un papel protagonista en el progreso económico y social de una comunidad. De hecho, los emprendedores en tanto que fundadores de pequeñas empresas son responsables de un porcentaje significativo de la generación de empleo y de la riqueza de una comunidad.

Con la asignatura "Emprendimiento en Actividades Turísticas" se pretende infundir al alumno el espíritu emprendedor y capacitarlo para enfrentarse con mayores posibilidades de éxito al nacimiento y a la gestión de nuevas empresas en el sector turístico.

El planteamiento didáctico de la asignatura es eminentemente práctico y los alumnos serán invitados a involucrarse en un amplio abanico de ejercicios y trabajos de carácter totalmente aplicado.



El objetivo esencial del proceso de aprendizaje en creación de empresas debe ser el desarrollo de competencias emprendedoras y de gestión del sector del turismo. Bajo esta concepción, se pretende capacitar al alumno para transformar ideas en proyectos concretos, haciéndole capaz de identificar oportunidades, recursos necesarios para explotarlas, saber organizarlos y dirigirlos en un entorno competitivo logrando ventajas sostenibles.

La asignatura aspira a dotar al alumno de una visión crítica acerca de la problemática del emprendedor y la puesta en marcha de nuevas empresas, así como de los procedimientos para elaborar un plan de empresa y analizar la viabilidad de proyectos empresariales.

Durante el curso el alumno tendrá ocasión de trabajar con diversas herramientas y técnicas básicas en la creación de empresas, como las siguientes:

- Creatividad y generación de ideas de negocio
- Análisis de viabilidad de ideas de negocio
- Distinguir las competencias básicas del emprendedor y su equipo

El capítulo principal del programa es el dedicado a presentar el proceso emprendedor completo, desde la idea a la implementación o puesta en marcha de la empresa, con especial referencia al Plan de Empresa o Business Plan. En este capítulo habrá referencias a planteamientos actuales sobre Plan de Negocio desarrollados por prestigiosas universidades internacionales y reconocidos autores.

En otros capítulos se debatirá sobre las distintas tipologías de empresas y negocios, así como acerca del decisivo papel que la innovación y la adaptación a los cambios desempeñan en la competitividad de la empresa turística actual. También se analizarán los factores críticos para la efectiva puesta en marcha de nuevas empresas y factores considerados de éxito y de fracaso.

El programa cubre otros elementos relevantes para el eficaz despegue empresarial como las fuentes de financiación y el entorno institucional y presupuestario de apoyo al emprendedor orientado en el sector turístico.

CONOCIMIENTOS PREVIOS

Relación con otras asignaturas de la misma titulación

No se han especificado restricciones de matrícula con otras asignaturas del plan de estudios.

Otros tipos de requisitos

Se recomienda haber cursado la asignatura Dirección Estratégica de Empresas Turísticas, ofertada en segundo curso de diversos grados, entre ellos el Grado de Turismo.

COMPETENCIAS (RD 1393/2007) // RESULTADOS DEL APRENDIZAJE (RD 822/2021)



1317 - Grado en Turismo

- Dirigir y gestionar (management) los distintos tipos de entidades turísticas.
- Planificar y gestionar los recursos humanos de las organizaciones turísticas.
- Iniciativa y espíritu emprendedor.
- Motivación por calidad.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE (RD 1393/2007) // SIN CONTENIDO (RD 822/2021)

- Saber plantear un plan de empresa viable y eficaz, que concreta una idea de negocio en un proyecto empresarial del sector del turismo.
- Saber identificar las características de los emprendedores y complementar, en su caso, las posibles debilidades en aspectos de gestión del turismo.
- Conocer la legislación y los procedimientos para la puesta en marcha de un proyecto de empresa.
- Presentar y argumentar de modo convincente un proyecto de empresa o una estrategia empresarial.
- Trabajar de modo eficaz junto a otros compañeros.
- Presentar y comunicar de modo efectivo resultados de trabajos o análisis realizados, tanto oralmente como por escrito.
- Identificar nuevas ideas de negocio y evaluar de forma objetiva su viabilidad en el contexto actual.
- Discernir el valor de una idea de negocio y determinar si efectivamente responde a una oportunidad real de negocio.
- Identificar los errores típicos cometidos por los emprendedores y las nuevas empresas del sector del turismo.
- Conocer los factores críticos para el correcto despegue y desempeño de nuevos proyectos empresariales.
- Realizar estimaciones realistas a nivel económico y de penetración en el mercado.
- Valorar la incidencia del entorno competitivo y del mercado en las expectativas de las nuevas empresas.
- Adquirir un buen conocimiento del entorno y mecanismos de apoyo al emprendedor del sector del turismo, con especial referencia a los instrumentos promovidos por las instituciones y organismos radicados, principalmente en la Comunidad Valenciana.
- Reconocer la necesidad de incorporar a las nuevas compañías una estrategia guiada por la innovación y la adaptación a los cambios.
- Utilizar bases de datos y otras fuentes de información para realizar análisis.
- Exponer y defender en público con profesionalidad los resultados de trabajos e investigaciones.
- Presentar informes escritos sobre estudios e investigaciones

DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS



1. Tema 1: El emprendedor

- 1.1. Emprendimiento y sostenibilidad
- 1.2. Competencias y habilidades básicas del emprendedor
- 1.3. Creatividad y viabilidad de nuevas ideas
- 1.4. Emprendimiento social

2. Tema 2: El plan de negocio

- 2.1. Resumen ejecutivo
- 2.2. Propuesta de valor
- 2.3. Competidores
- 2.4. Plan estratégico
- 2.5. Segmentación del mercado
- 2.6. Plan económico-financiero
- 2.7. Otros aspectos: legal, recursos humanos

3. Tema 3: Definición y validación del modelo de negocio

- 3.1. La metodología Lean Startup
- 3.2. El Canvas de la propuesta de valor
- 3.3. El Canvas del modelo de negocio

4. Tema 4: Financiación de nuevos negocios

- 3.1. Requisitos de capital de nuevos negocios
- 3.2. Fuentes de financiación propias y ajenas
- 3.3. Nuevas modalidades de financiación
- 3.4. Elección del tipo de financiación

5. Tema 5: Innovación

- 5.1. Introducción a la innovación
- 5.2. Tipología de innovaciones
- 5.3. Innovación social
- 5.4. Innovación abierta

6. Tema 6: Desempeño de las nuevas empresas

- 6.1. Factores del éxito y el fracaso emprendedor
- 6.2. Creación de valor compartido
- 6.3. Instituciones y medidas de apoyo al emprendimiento

**VOLUMEN DE TRABAJO**

ACTIVIDAD	Horas	% Presencial
Prácticas en aula	45,00	100
Clases de teoría	15,00	100
Asistencia a eventos y actividades externas	10,00	0
Elaboración de trabajos en grupo	15,00	0
Elaboración de trabajos individuales	15,00	0
Estudio y trabajo autónomo	15,00	0
Lecturas de material complementario	10,00	0
Preparación de clases prácticas y de problemas	10,00	0
Resolución de casos prácticos	15,00	0
TOTAL	150,00	

METODOLOGÍA DOCENTE

La metodología docente a utilizar en la asignatura será de carácter eminentemente aplicado, en consonancia con el mayor peso de la parte práctica (4,5 créditos) frente a la parte teórica (1,5 créditos).

Para las sesiones de la parte teórica se recurrirá principalmente a formas didácticas expositivas, en las que se incentivará la participación de los alumnos por medio de preguntas, opiniones y respuestas a cuestiones formuladas por el profesor.

Par las sesiones de la parte práctica se recurrirá a una amplia variedad de formas didácticas participativas como la resolución de casos; *role-playing*; ejercicios de aplicación de técnicas; presentaciones orales y escritas; debates, presentaciones multimedia, ...

Se incentivará al alumno a que busque y filtre información, materiales y documentación procedente de Bases de Datos, con preferencia a las disponibles en la Universitat de València.

A lo largo del curso los alumnos deberán elaborar ejercicios, trabajos y presentaciones tanto a nivel individual como en equipo. En su mayoría estos trabajos serán defendidos en público ante sus compañeros de asignatura.

EVALUACIÓN

- Parte I (Exámenes orales y/o escritos): 60%.

Incluirá un examen final de la asignatura en las fechas oficiales fijadas por la Facultad de Economía. Para aprobar la asignatura, el estudiante/a debe presentarse a esta prueba objetiva y obtener un mínimo de 5 puntos sobre 10 en el examen final.



- Parte II (Evaluación continua): 40%

Varias actividades de evaluación continua a desarrollar a lo largo del semestre. Pruebas prácticas consistentes en la resolución de ejercicios y casos prácticos y en su presentación oral y debate. Es imprescindible la asistencia a un mínimo del 80% de las clases prácticas. Los estudiantes que tengan dificultades para asistir de manera regular a las clases, especialmente en las clases de prácticas, deben contactar con el profesor durante las dos primeras semanas de curso. El profesor tratará de encontrar una solución personalizada para cada estudiante/a. Si el estudiante/a no lo notifica al profesor antes de la fecha indicada, no podrá aprobar la materia.

REFERENCIAS

Básicas

- Tur-Porcar, A. y Ribeiro, D. (2017). Inside the Mind of the Entrepreneur. London: Springer.
- Ribeiro, D. y otros (2014). Creación de Empresas y Emprendimiento: de Estudiante a Empresario. Madrid: Pearson.
- Galindo, M.A., y Ribeiro, D. (Eds.). (2011). Womens entrepreneurship and economics: New perspectives, practices, and policies (Vol. 1000). Springer Science & Business Media.
- Galindo, M.A., Guzmán, J., y Ribeiro, D. (2011). Entrepreneurship and business. A regional perspective. NY: Springer.
- Galindo, M.A. y Ribeiro, D. (2010). Entrepreneurship and Regional Development. NY: Springer.
- Cuervo, A., Ribeiro, D. y Roig, S. (2007). Entrepreneurship: Conceptos, Teoría y Perspectivas. Valencia: Fundación Bancaja.
- Veciana, J.M. (2005), La creación de empresas. Un enfoque gerencial. La Caixa, Barcelona
- Palacio, J. R. S., Climent, V. C., & Catalá, A. T. E. (2020). Emprendimiento sostenible: Empezando desde la cocreación de valor y el bien común. Ediciones Pirámide.
- Barringer, B., & Ireland, R. D. (2019). Entrepreneurship: successfully launching new ventures. London, UK: Pearson Education Limited.

Complementarias

- Virginia Simón-Moya, Lorenzo Revuelto-Taboada, Domingo Ribeiro
TÍTULO: Influence of economic crisis on new SME survival: reality or fiction?
NOMBRE DE LA REVISTA: Entrepreneurship & Regional Development
VOLUMEN 28
PÁGINAS Desde: 157 Hasta: 176
AÑO DE PUBLICACIÓN 2016



- Esther Calderon-Monge, Iván Pastor Sanz, Domingo Ribeiro
TÍTULO: Franchising in Europe: Exploring the Case of Spain with Self-organizing Time Maps
NOMBRE DE LA REVISTA: Psychology & Marketing
VOLUMEN 33
PÁGINAS Desde: 559 Hasta: 572
AÑO DE PUBLICACIÓN 2016
- Andrea Rey-Martí, Domingo Ribeiro, Daniel Palacios-Marqués
TÍTULO: Entrepreneurial attributes of human capital and contingency factors in the culinary tourism
NOMBRE DE LA REVISTA: International Entrepreneurship and Management Journal
VOLUMEN 12
PÁGINAS Desde: 67 Hasta: 85
AÑO DE PUBLICACIÓN 2016
- Jesús Ruiz, Domingo Ribeiro, Alicia Coduras
TÍTULO: Challenges in measuring readiness for entrepreneurship
NOMBRE DE LA REVISTA: Management Decision
VOLUMEN 54
PÁGINAS Desde: 1022 Hasta: 1046
AÑO DE PUBLICACIÓN 2016
- Yejun Xu, Domingo Ribeiro, J. Gonzalez-Garcia
TÍTULO: Crowdsourcing, innovation and firm performance
NOMBRE DE LA REVISTA: Management Decision
VOLUMEN 53
PÁGINAS Desde: 1158 Hasta: 1169
AÑO DE PUBLICACIÓN 2015