

ASIGNATURAS OPTATIVAS DEL GRADO EN TURISMO

ASIGNATURA	DESCRIPTORES	PROFESOR
Análisis contable	<ul style="list-style-type: none"> • Aspectos metodológicos del análisis contable • Fuentes de información y comunicación de la información contable • Contenido y características de los principales estados contables • Características financieras de las empresas de servicios turísticos • El riesgo financiero a corto plazo y el análisis de la liquidez en empresas hoteleras y otras entidades del sector turístico • El riesgo financiero a largo plazo y el análisis de la solvencia en empresas hoteleras y otras entidades del sector turístico • Análisis de la rentabilidad y el riesgo económico en empresas de servicios turísticos • Análisis de la productividad y eficiencia en empresas de servicios 	Luisa Luzardo
Control de gestión	<ul style="list-style-type: none"> • Introducción al control en la empresa. • El proceso administrativo y el control interno. • El sistema de control de ventas. • El sistema de control de compras. • El sistema de control de costes. • Control de gastos. • Sistema de control de tesorería. • Sistema de presupuestos. 	Nereida Cañado
Gestión de sistemas de información hoteleros e instalaciones	<ul style="list-style-type: none"> • Las tecnologías de la información y las comunicaciones en el sector hotelero • Sistemas de información de gestión hotelera • Sistemas de información de gestión de alimentos y bebidas • Gestión y uso de los sistemas de información • Las instalaciones y equipos técnicos y las nuevas tecnologías • El mantenimiento • El ahorro energético • La autoprotección 	Noelia Ramón

<p>Marketing hotelero</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Introducción y utilidad del plan de marketing hotelero • El proceso del plan de marketing • Análisis de la situación y exploración del entorno • Elaboración del diagnóstico: análisis DAFO • El establecimiento de objetivos comerciales • Políticas de marketing-mix • Estrategias y tácticas comerciales • El plan de maniobra y los presupuestos • Implementación y control • Presentación del plan de marketing 	<p>Deybbi Cuéllar</p>
<p>Ocio y turismo</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Tendencias actuales de ocio y turismo • Las actividades de ocio y recreación: tipologías • Estudio de las actividades complementarias como recurso para la programación de circuitos. • La gestión de actividades de ocio y su animación 	<p>M^a José Morales</p>
<p>Gestión de agencias de viajes e intermediación</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Las agencias de viaje en los procesos de distribución turística • Creación y operación de agencias de viaje • La gestión productiva en las agencias de viajes: productos, operaciones y procesos de producción • La gestión comercial en las agencias de viajes • La gestión económico-administrativa en las agencias de viaje • Los procesos de distribución turística • La intermediación en la venta del transporte • La intermediación en la reserva y venta de servicios de alojamiento 	<p>Begoña Betancort</p>
<p>Patrimonio histórico-arqueológico: Estrategias de uso y gestión</p>	<ul style="list-style-type: none"> • El patrimonio histórico-arqueológico como producto de la historia de un territorio. De recurso cultural a producto turístico. • El yacimiento arqueológico como recurso turístico. • La diversidad de estrategias de uso social del patrimonio histórico-arqueológico (gabinetes pedagógicos, parques arqueológicos y arqueódromos, reconstrucciones en yacimientos, recreaciones históricas, itinerarios turístico-culturales, jornadas de puertas abiertas en excavaciones, centros de interpretación y aulas interactivas, señalética y carteles explicativos, etc. • Estrategias de presentación de los productos patrimoniales • El patrimonio etnográfico como elemento de referencia. 	<p>Jose Padrón</p>

<p>Alemán turístico- habilidades comunicativas</p>	<ul style="list-style-type: none"> • La concepción de esta asignatura optativa del 3º curso se basa en la consolidación y ampliación de los conocimientos adquiridos en los cursos anteriores con especial atención a la necesidad de poder desenvolverse tanto de forma oral como escrita en el campo profesional de las empresas relacionadas con el turismo. • El énfasis recae en la enseñanza práctica: la comprensión y expresión de forma correcta y fluida dentro del marco comunicativo, usando las estructuras lingüísticas correctas de forma que los estudiantes puedan desenvolverse en situaciones concretas reales similares a las tratadas en los módulos. • Ampliación de la competencia terminológica con especial atención a temas específicos del ámbito turístico, como p. ej.: <ul style="list-style-type: none"> • Hostelería, clasificación de establecimientos hoteleros • Gestión de alimentos y bebidas, los restaurantes • Celebraciones: Banquetes, reuniones, congresos • Marketing hotelero y publicidad • Agencias de viajes, información turística, • Atención al cliente, cruceros, • Conferencias telefónicas, etc. 	<p>Carlos A. Domínguez</p> <p>Mª José González</p>
<p>Creación de empresas y productos turísticos</p>	<ul style="list-style-type: none"> • El empresario en el sector turístico. • Ventajas del autoempleo frente al trabajo por cuenta ajena • Productos y servicios turísticos y para el sector del turismo • Fases del proceso de creación empresarial. • Búsqueda de la oportunidad de negocio: idea e innovación. • El acceso a la actividad emprendedora en el sector turístico. • Burocracia y requisitos legales para la puesta en marcha de una nueva empresa • El plan de empresa 	<p>Nereida Cañado</p>

ASIGNATURA	DESCRIPTORES	PROFESOR
Evaluación de proyectos y políticas en turismo	<p>La aprobación y ejecución de proyectos y programas públicos deben cumplir con exigencias que permitan defender su prioridad y sus méritos desde el punto de vista del interés público. Estas exigencias surgen a partir de:</p> <ul style="list-style-type: none"> • la demanda de la sociedad por eficiencia y transparencia en la asignación de recursos y en su posterior ejecución. • los progresos en los enfoques teóricos, en las metodologías y en las técnicas que se pueden emplear en apoyo a este tipo de decisiones. <p>Objetivos de la asignatura:</p> <ul style="list-style-type: none"> ☉ Conocer las variables que definen los planes y políticas turísticas. ☉ Comprender la técnica del análisis coste-beneficio para evaluación de proyectos y políticas. ☉ Evaluar la rentabilidad social de los proyectos ☉ Ser capaz de interpretar/evaluar decisiones públicas/privadas en turismo. ☉ Analizar la intervención de las Administraciones Públicas en el sistema turístico (estado, administraciones de las comunidades autónomas y municipales e incluso la administración de la UE) 	Mercedes Robayna