



## 1. DATOS GENERALES

Asignatura: INNOVACIÓN Y EMPRENDEDURISMO EN EL SECTOR TURÍSTICO

Código: 311006

Tipología: OBLIGATORIA

Créditos ECTS: 6

Grado: 2355 - MÁSTER UNIVERSITARIO EN DIRECCIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS

Curso académico: 2022-23

Centro: 401 - FACULTAD DE CC. SOCIALES DE CUENCA

Grupo(s): 30

Curso: 1

Duración: C2

Lengua principal de impartición: Español

Segunda lengua:

Uso docente de otras lenguas:

English Friendly: N

Página web:

Bilingüe: N

Profesor: M <sup>a</sup> DIONISIA ELCHE HORTELANO - Grupo(s): 30				
Edificio/Despacho	Departamento	Teléfono	Correo electrónico	Horario de tutoría
Facultad de CC. Sociales	ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS	4240	dioni.elche@uclm.es	Martes: 9:00-10:00; 12:00-14:00. Miércoles: 9:00-10:00; 12:00-14:00.
Profesor: JOB RODRIGO ALARCON - Grupo(s): 30				
Edificio/Despacho	Departamento	Teléfono	Correo electrónico	Horario de tutoría
Facultad de CC. Sociales/ Despacho 3.5	ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS	926053849	job.rodrigo@uclm.es	Lunes: 9:00 a 12:00 h. Martes: 9:00 a 12:00 h.
Profesor: PABLO RUIZ PALOMINO - Grupo(s): 30				
Edificio/Despacho	Departamento	Teléfono	Correo electrónico	Horario de tutoría
Edificio Gil de Albornoz / Despacho 3.7	ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS	969179100 (ext. 4238)	pablo.ruiz@uclm.es	Lunes de 10:00 a 13:00 h. Martes de 11:00 a 14:00 h.

## 2. REQUISITOS PREVIOS

No se han establecido

## 3. JUSTIFICACIÓN EN EL PLAN DE ESTUDIOS, RELACIÓN CON OTRAS ASIGNATURAS Y CON LA PROFESIÓN

En esta materia se profundiza en las estrategias basadas en la gestión del conocimiento como herramientas a partir de las cuales la empresa puede generar y sostener ventajas competitivas en entornos complejos y dinámicos. Los alumnos podrán comprender las razones por las que se adoptan determinadas estrategias de conocimiento atendiendo a factores como el tipo de entorno, el modelo de negocio, la estrategia competitiva de la empresa o la necesidad de aprendizaje y reacción a las estrategias de las empresas competidoras.

Además, esta materia contribuye a la comprensión del concepto de emprendimiento y sus implicaciones en la sociedad actual. Asimismo se profundiza en los principales mecanismos que permiten crear nuevos productos y servicios turísticos, así como poner en marcha un determinado proyecto empresarial en el sector turístico, considerado un contexto complejo donde existe una gran diversidad de oportunidades de negocio. Para ello, esta materia capacitará a los alumnos para desarrollar habilidades empresariales que les permitan reconocer y aprovechar las oportunidades del entorno. Además, proporcionará la base necesaria para mejorar la capacidad creativa e innovadora de los alumnos, que son los factores determinantes del éxito sostenible en el ámbito empresarial del sector turístico.

Por tanto, es esencial que los alumnos conozcan en profundidad todas las fases del proceso de creación de empresas, desde la generación de ideas innovadoras de negocio, pasando por la evaluación y planificación de proyectos de negocio, hasta la puesta en marcha de los mismos; con especial atención a la dirección eficiente de la empresa en los primeros años de vida, para conseguir su supervivencia y desarrollo. Bajo este marco, se debe hacer especial hincapié en las nuevas necesidades emergentes, lo que llevará a analizar nuevas sub-industrias, nichos e industrias híbridas del sector turístico.

## 4. COMPETENCIAS DE LA TITULACIÓN QUE LA ASIGNATURA CONTRIBUYE A ALCANZAR

## Competencias propias de la asignatura

Código	Descripción
CE11	Construir y consolidar la iniciativa, el espíritu emprendedor y el liderazgo necesarios para poner en marcha proyecto de empresa en el sector turístico.
CE18	Proponer estrategias para la organización y gestión de negocios turísticos y definición de destinos y recursos turísticos.
CE19	Integrar estrategias de innovación y emprendimiento en el sector turístico para evaluar la viabilidad de un proyecto de turismo empresarial y planificar su puesta en marcha.
CE20	Establecer procesos de innovación y emprendedurismo en las empresas turísticas orientados al desarrollo de nuevos productos y servicios y/o a procesos organizativos.
CT04	Aplicar los principios éticos y de responsabilidad social como ciudadano y como profesional.
CT05	Aplicar el pensamiento crítico, lógico y creativo, demostrando capacidad de innovación.

## 5. OBJETIVOS O RESULTADOS DE APRENDIZAJE ESPERADOS

## Resultados de aprendizaje propios de la asignatura

## Descripción

Entender la estrategia de innovación como una herramienta competitiva para las empresas turísticas que es clave en entornos complejos, dinámicos y hostiles.

Comprender los diferentes procesos de gestión del conocimiento desarrollados por la empresa y las implicaciones estratégicas y organizativas de los mismos. Conseguir conocimientos sólidos y prácticos para desarrollar habilidades de gestión avanzadas y nuevos enfoques del emprendimiento en el sector turístico. Desarrollar la capacidad creativa para buscar y/o generar ideas de negocio, evaluando su potencial innovador, determinando su viabilidad técnica, económica y social en el sector turístico.

Desarrollar las competencias necesarias para generar habilidades emprendedoras e innovadoras.

Identificar los factores clave de éxito en la creación y desarrollo de empresas en el sector turístico, así como conocer el proceso de puesta en marcha de un negocio en el este sector.

## 6. TEMARIO

### Tema 1: Dinámica de la Innovación

**Tema 1.1** Innovación y Economía del conocimiento

**Tema 1.2** El proceso innovador y la generación de modelos de innovación

**Tema 1.3** Los agentes de la innovación: Sistemas de innovación y políticas de innovación

### Tema 2: Particularidades de la innovación en el sector turístico

**Tema 2.1** Cultura organizativa y comportamiento innovador

**Tema 2.2** Proceso de innovación en las empresas turísticas

**Tema 2.3** Eco-innovación y sostenibilidad en el sector turístico

### Tema 3: Estrategia de innovación en las empresas turísticas

**Tema 3.1** Diseño de productos y servicios turísticos

**Tema 3.2** Explotación de las innovaciones

**Tema 3.3** Apropiabilidad de los resultados de la innovación

### Tema 4: La empresa turística en la era digital

**Tema 4.1** El rol de las TIC en el sector turístico

**Tema 4.2** Modelos de negocio en el sector turístico

**Tema 4.3** Creatividad y búsqueda de ideas de negocio

### Tema 5: Emprendimiento en el sector turístico

**Tema 5.1** Iniciativa emprendedora y el proceso de emprender

**Tema 5.2** Factores condicionantes del emprendimiento

**Tema 5.3** Las habilidades del emprendedor

### Tema 6: Desarrollo de proyectos de negocio en el sector turístico

**Tema 6.1** Evaluación de ideas de negocio

**Tema 6.2** El plan de negocio

**Tema 6.3** La puesta en marcha de un proyecto de negocio en el sector turístico

## 7. ACTIVIDADES O BLOQUES DE ACTIVIDAD Y METODOLOGÍA

Actividad formativa	Metodología	Competencias relacionadas (para títulos anteriores a RD 822/2021)	ECTS	Horas	Ev	Ob	Descripción
Enseñanza presencial (Teoría) [PRESENCIAL]	Método expositivo/Lección magistral	CE11 CE19 CT04 CT05	0.72	18	N	-	Explicación de las claves de cada uno de los temas del programa de la asignatura.
Enseñanza presencial (Prácticas) [PRESENCIAL]	Prácticas	CE18 CE20 CT04 CT05	0.6	15	N	-	Establecimiento de los elementos, etapas y pautas para la realización de casos de estudio y su aplicación práctica.
Talleres o seminarios [PRESENCIAL]	Seminarios	CE11 CE18 CE19 CE20 CT04 CT05	0.16	4	N	-	Aprendizaje a través de la participación en seminarios impartidos por profesionales y profesores destacados del ámbito turístico.
Prueba final [PRESENCIAL]	Pruebas de evaluación	CE11 CE18 CE19 CE20 CT04 CT05	0.08	2	S	N	Realización de una prueba teórico-práctica y la presentación de un trabajo individual sobre la creación de una idea de negocio en el ámbito turístico.
Elaboración de informes o trabajos [AUTÓNOMA]	Trabajo autónomo	CE11 CE18 CE19 CE20 CT04 CT05	1.6	40	S	N	Realización de diferentes trabajos individuales que consisten en la resolución de casos de empresa y la creación de una nueva idea de negocio en el ámbito turístico.
Estudio o preparación de pruebas [AUTÓNOMA]	Trabajo autónomo	CE11 CE18 CE19 CE20 CT04	1.84	46	N	-	Trabajo individual de estudio del alumno con el objetivo de preparar las evaluaciones de la asignatura.
Pruebas on-line [AUTÓNOMA]	Resolución de ejercicios y problemas	CE11 CE18 CE19 CE20 CT04 CT05	1	25	S	N	Aprendizaje a través de la resolución individual de ejercicios, problemas y casos de estudio.
<b>Total:</b>			<b>6</b>	<b>150</b>			
<b>Créditos totales de trabajo presencial: 1.56</b>			<b>Horas totales de trabajo presencial: 39</b>				
<b>Créditos totales de trabajo autónomo: 4.44</b>			<b>Horas totales de trabajo autónomo: 111</b>				

Ev: Actividad formativa evaluable

Ob: Actividad formativa de superación obligatoria (Será imprescindible su superación tanto en evaluación continua como no continua)

## 8. CRITERIOS DE EVALUACIÓN Y VALORACIONES

Sistema de evaluación	Evaluación continua	Evaluación no continua*	Descripción
Prueba final	60.00%	100.00%	Realización de examen tipo test y práctico con el contenido de la asignatura.
Resolución de problemas o casos	40.00%	0.00%	Resolución de casos prácticos que se realizan de forma no presencial y se entregan a través de la plataforma Campus Virtual. El alumno debe resolver de 4-6 casos a lo largo de la asignatura.
<b>Total:</b>	<b>100.00%</b>	<b>100.00%</b>	

\* En **Evaluación no continua** se deben definir los porcentajes de evaluación según lo dispuesto en el art. 4 del Reglamento de Evaluación del Estudiante de la UCLM, que establece que debe facilitarse a los estudiantes que no puedan asistir regularmente a las actividades formativas presenciales la superación de la asignatura, teniendo derecho (art. 12.2) a ser calificado globalmente, en 2 convocatorias anuales por asignatura, una ordinaria y otra extraordinaria (evaluándose el 100% de las competencias).

### Criterios de evaluación de la convocatoria ordinaria:

#### Evaluación continua:

La nota final del alumno está vinculada a que supere la prueba final con una calificación superior a 3,5.

#### Evaluación no continua:

La prueba final supone el total de la nota de la asignatura que se superará con un 5 sobre 10.

### Particularidades de la convocatoria extraordinaria:

El alumno conserva la calificación obtenida en la resolución de problemas y casos.

### Particularidades de la convocatoria especial de finalización:

Examen teórico-práctico.

## 9. SECUENCIA DE TRABAJO, CALENDARIO, HITOS IMPORTANTES E INVERSIÓN TEMPORAL

No asignables a temas	
Horas	Suma horas
Enseñanza presencial (Teoría) [PRESENCIAL][Método expositivo/Lección magistral]	18
Enseñanza presencial (Prácticas) [PRESENCIAL][Prácticas]	15
Talleres o seminarios [PRESENCIAL][Seminarios]	4
Prueba final [PRESENCIAL][Pruebas de evaluación]	2
Elaboración de informes o trabajos [AUTÓNOMA][Trabajo autónomo]	40
Estudio o preparación de pruebas [AUTÓNOMA][Trabajo autónomo]	46
Pruebas on-line [AUTÓNOMA][Resolución de ejercicios y problemas]	25
Actividad global	
Actividades formativas	Suma horas
Enseñanza presencial (Teoría) [PRESENCIAL][Método expositivo/Lección magistral]	18
Enseñanza presencial (Prácticas) [PRESENCIAL][Prácticas]	15
Estudio o preparación de pruebas [AUTÓNOMA][Trabajo autónomo]	46
Talleres o seminarios [PRESENCIAL][Seminarios]	4
Prueba final [PRESENCIAL][Pruebas de evaluación]	2
Pruebas on-line [AUTÓNOMA][Resolución de ejercicios y problemas]	25
Elaboración de informes o trabajos [AUTÓNOMA][Trabajo autónomo]	40
<b>Total horas: 150</b>	

## 10. BIBLIOGRAFÍA, RECURSOS

Autor/es	Título/Enlace Web	Editorial	Población	ISBN	Año	Descripción
Meir Russ (Ed.)	Knowledge Management Strategies for Business Development	IGI Global: Business Science Reference		978-1-60566-348-7	2010	
Alexander Osterwalder y Yves Pigneur	Generación de modelos de negocio	Ediciones Deusto		978-8423427994	2011	
Escorsa, P. y Valls, J.	Tecnología e innovación en la empresa	UPC	Barcelona	84-8301-706-7	2003	
Alexander Osterwalder; Yves Pigneur; Alan Smith; Gregory Bernarda y	Diseñando la propuesta de valor: Cómo crear los productos y servicios que tus clientes están esperando	Deusto		978-8423419517	2015	
Mehdi Khosrow-Pour	Cases on Information Technology and Organizational Politics and Culture	IGI Publishing		1-59904-411-0	2006	
Manuel Figuerola Palomo; Clara Martín Duque	Modelos de gestión e innovación en turismo	Civitas		978-8413093949	2018	
Melissa Schilling	Strategic Management of Technological Innovation, Fourth edition	McGraw-Hill		978-007802933	2012	
Francisco José González Domínguez	Creación de empresas: Guía del emprendedor	Pirámide		978-8436826906	2012	
Dogson, M.; Gann, D. y Salter, A.	The Management of Technological Innovation, Strategy and Practice	Oxford University Press	New York	978-0199208531	2008	

Alicia Rodríguez Márquez; María Jesús Nieto; Zulima Fernández y Antonio Revilla Torrejón	Manual De Creación De Empresas: De la oportunidad a la puesta en marcha	Civitas. Thomson Reuters	978-8447048397	2015
--	---	--------------------------------	----------------	------