



Universidad  
de Alcalá

# GUÍA DOCENTE

## OPERACIONES Y PROCESOS DE PRODUCCIÓN I

**Grado en Turismo**  
**Universidad de Alcalá**

---

**Curso Académico 2019/2020**

Segundo curso - Primer cuatrimestre

## GUÍA DOCENTE

Nombre de la asignatura:	OPERACIONES Y PROCESOS DE PRODUCCIÓN I
Código:	680013
Titulación en la que se imparte:	GRADO EN TURISMO
Departamento y Área de Conocimiento:	<b>ECONOMÍA</b> <b>ECONOMÍA APLICADA</b>
Carácter:	<b>BÁSICA</b>
Créditos ECTS:	<b>6</b>
Curso:	<b>2</b>
Profesorado:	Dr. Luis Felipe Mendieta Peñalver Prof. Juan Navarro Barrios Dra. María Jesús Such Devesa (Coordinadora)
Horario de Tutoría:	A convenir con el profesor previa petición por e-mail. <a href="mailto:luis.mendieta@uah.es">luis.mendieta@uah.es</a> <a href="mailto:juan.navarro@uah.es">juan.navarro@uah.es</a> <a href="mailto:mjesus.such@uah.es">mjesus.such@uah.es</a>
Idioma en el que se imparte:	Español/Inglés

### 1.a PRESENTACIÓN

Esta asignatura se destina a los estudiantes del segundo curso del Grado en Turismo, impartándose en el primer cuatrimestre.

Teniendo en cuenta que el programa docente diseñado pretende fomentar el aprendizaje activo, diferenciar entre el conocimiento científico y el vulgar, generar un espíritu crítico, así como despertar la curiosidad y la iniciativa intelectual del alumno, se asume que debe realizarse una consideración específica sobre la programación docente de la asignatura Operaciones y Procesos de Producción I: el alumno conoce los principios básicos de la Teoría Económica y maneja el vocabulario básico, científico y especializado aplicable al estudio teórico de la Economía y la Economía de la Empresa.

Según lo expuesto, la meta docente puede concretarse en la consecución de los siguientes objetivos: En primer lugar, dotar a los alumnos de los instrumentos necesarios para que adquieran los conocimientos teóricos suficientes que les permitan afrontar, entender, valorar y desarrollar los diferentes aspectos relacionados con las operaciones y los procesos de producción de los diferentes subsectores turísticos. En segundo lugar, profundizar en el conocimiento de los principales agentes que intervienen en las empresas turísticas y de sus conductas.

## 1.b PRESENTATION

Tourism Operations Management I is a course to study the different types of tourism businesses and its functional organization that will allow the students to know, understand and analyze the operations and production processes that take place in the different markets and tourism subsectors (accommodation, catering, brokering, transport, logistics, leisure, events, governance, research, consultancy, etc).

The management in tourism industry is a nuclear issue and this course allows a deeper knowledge of the tourism activities from a more practical point of view to let the student facing the decision-making process within the firms that operate in the tourism industry. Tourism Operations Management involves understanding the needs of our customers, managing the processes that deliver tourism services, ensuring our objectives are met, while also paying attention to the permanent improvement of our services. As such, operations management is a central organizational function and one that is critical to organizational success.

In this course we give a detailed coverage of service operations issues and we provide many tools and frameworks that managers can use to understand, assess and improve the performance of their operations.

It also allows the students to advance the understanding of concepts, methodologies, realities and trends related to the tourism markets that will be developed in depth in the itineraries proposed in the Degree.

### Prerrequisitos y Recomendaciones

El estudiante debe conocer los principios básicos de la Teoría Económica y manejar el vocabulario básico, científico y especializado aplicable al estudio teórico de la Economía y la Economía de la Empresa.

**MUY IMPORTANTE:** Las fichas de la asignatura, siempre con una fotografía actualizada, deberán ser entregadas por los alumnos durante el plazo establecido al efecto. Se entregará una por profesor. Su entrega será imprescindible para la realización de las actividades de evaluación continua así como la realización de los exámenes. Los alumnos deberán acudir a los exámenes provistos de documento acreditativo de su identidad (carnet universitario, DNI, pasaporte).

Asimismo, se utilizará el Entorno de Publicación Docente y la Blackboard, como mecanismo de comunicación entre alumno-profesor y para colgar los materiales, tareas y ejercicios de evaluación, en su caso.

Se recomienda que el alumno realice un estudio continuado de la asignatura relacionando las distintas lecciones entre sí, esta buena práctica le permitirá reducir a largo plazo el tiempo de estudio invertido mejorando notablemente su eficacia.

## ¿Por qué Operaciones y Procesos de Producción en el Grado en Turismo?

Tal y como se anticipa en el programa de Economía, la importancia del Turismo como actividad económica es innegable, en especial para países como España. Cabe esperar que el egresado en Turismo sepa valorar convenientemente la dimensión económica de las actividades turísticas.

El carácter multidisciplinar del Turismo, a la vez que enriquecedor para el alumno, también exige una mente abierta y capacidad para enfrentarse al fenómeno turístico desde diferentes perspectivas, tanto desde el punto de vista académico como de la praxis. La gestión en el Turismo es un asunto nuclear y esta materia permite profundizar en el conocimiento de las actividades turísticas desde una perspectiva más práctica al permitir al alumno enfrentarse al proceso de toma de decisiones en el seno de las empresas que operan en el sector turístico. Además, permite avanzar en el conocimiento de conceptos, metodologías, realidades y tendencias relacionadas con los mercados turísticos que después de desarrollan en profundidad en los itinerarios propuestos en el Grado.

A partir de los conocimientos adquiridos en otras materias, en particular en Estructura del Mercado Turístico, en Operaciones y Procesos de Producción se profundiza en el conocimiento de las distintas tipologías de empresas turísticas y su organización funcional que les permita conocer, comprender y analizar las operaciones y los procesos de producción que tienen lugar en los diferentes mercados y subsectores turísticos (alojamiento, restauración, intermediación, transportes, logística, ocio, eventos, gestión pública, investigación, consultoría, etc).

## 2. COMPETENCIAS

El alumno debe ser consciente de que las competencias son una combinación de conocimientos, habilidades (intelectuales, manuales, sociales, etc.), actitudes y valores que capacitarán a un titulado para afrontar con garantías la resolución de problemas o la intervención en un asunto en un contexto académico, profesional o social determinado.

Por tanto, tanto en el desarrollo de la asignatura como en los mecanismos de evaluación propuestos no sólo se valorarán conocimientos (a lo que tradicionalmente estamos más acostumbrados) sino también otras habilidades y actitudes que están recogidas en la memoria del Graduado en Turismo por la Universidad de Alcalá.

Todas las asignaturas, por tanto, han de contribuir de una forma y otra a que el alumno adquiera tanto las competencias y conocimientos propios de cada una de las materias como aquellas competencias de carácter más transversal.

Bajo este marco, las competencias a adquirir en esta materia se dividen en dos categorías: genéricas y específicas.

### Competencias genéricas:

1. Capacidad de lectura comprensiva, análisis y síntesis.
2. Manejar fuentes de información económica e interpretar dicha información.
3. Capacidad de argumentación con el apoyo de los libros de textos, artículos, notas y otras referencias proporcionadas en la asignatura.
4. Capacidad para comunicar ideas y expresarse de forma correcta oral y escrita.
5. Fortalecer la habilidad de aprendizaje autónomo y de trabajo en equipo.
6. Convertir un problema empírico en un objeto de investigación y elaborar conclusiones.

### Competencias específicas:

1. Conocer el procedimiento operativo de los ámbitos de alojamiento, restauración, intermediación turística, transportes, organización de eventos, etc.
2. Identificar y gestionar espacios y destinos turísticos.
3. Comprender el marco legal que regula las actividades turísticas.
4. Utilizar y analizar las tecnologías de la información y comunicación (TIC) en los distintos ámbitos del sector turístico.
5. Tener una marcada orientación de servicio al cliente.
6. Dirigir y gestionar los distintos tipos de entidades turísticas.
7. Detectar necesidades de planificación técnica de infraestructuras e instalaciones turísticas.
8. Manejar técnicas de comunicación.
9. Creatividad.
10. Iniciativa y espíritu emprendedor.
11. Motivación por la calidad.

## 3. CONTENIDOS

### Contenidos:

- Tema 1:** Introducción: gestión de operaciones en la empresa turística.
- Tema 2:** Relaciones con clientes, proveedores y empleados.
- Tema 3:** Gestión por procesos.
- Tema 4:** Planificación, control y optimización de la producción.
- Tema 5:** Gestión de sistemas de calidad.
- Tema 6:** Operaciones y procesos en empresas de alojamiento.

## Programación de los contenidos

Parte	Temas	Total horas, clases, créditos o tiempo de dedicación
	• 1	• 6 horas presenciales
	• 2	• 6 horas presenciales
	• 3	• 6 horas presenciales
	• 4	• 6 horas presenciales
	• 5	• 6 horas presenciales
	• 6	• 12 horas presenciales

El programa de prácticas integra los contenidos fundamentales del programa de teoría, mejorando la comprensión de los conceptos mediante la aplicación de los mismos en casos de empresas reales o ficticias del sector turístico. Las prácticas están planteadas y suelen ser presentadas en inglés, con el objetivo de ampliar la familiarización de los estudiantes con el *argot* del turismo en este idioma, así como promover el uso cotidiano de esta lengua, tal y como se realiza en el ámbito de la empresa turística.

## Cronograma (Orientativo)

Semana / Sesión	Contenido
01ª	• Tema 1
02ª	• Tema 1
03ª	• Tema 2
04ª	• Tema 2
05ª	• Tema 3
06ª	• Tema 3
07ª	• Tema 4
08ª	• Tema 4
09ª	• Tema 5
10ª	• Tema 5
11ª	• Tema 6
12ª	• Tema 6
13ª	• Tema 6
14ª	• Tema 6
15ª	• PRUEBAS FINALES

## 4. METODOLOGÍAS DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE. ACTIVIDADES FORMATIVAS

Las estrategias metodológicas para favorecer un aprendizaje activo y duradero de esta materia se detallan a continuación.

**Clases presenciales en grupo grande:**

El alumno dispondrá con antelación suficiente los materiales necesarios para el seguimiento de las clases presenciales (en grupo grande, teóricas) donde los objetivos esenciales son:

- Realizar una presentación de los elementos esenciales sobre el tema.
- Destacar las cuestiones más importantes y resaltar aquellos ítems de aprendizaje de cada uno de los temas que el alumno debe contrastar (en su trabajo autónomo) que ha adquirido.
- Presentar una colección de cuestiones básicas que ligan los análisis de la producción de las empresas de servicios efectuados, con la problemática concreta del turismo.

Número de horas aproximado: 21 horas

**Clases presenciales en grupo reducido:**

El alumno deberá desarrollar alguna tarea planteada durante estas sesiones, para su posterior presentación o debate. La clave en las mismas es su participación activa, a través de preguntas, respuestas o exposiciones y el trabajo realizado, bien en grupo o individualmente.

Las estrategias se detallarán específicamente para cada tema pero se realizarán básicamente:

- El estudio de casos.
- Video-forum.
- Exposiciones.

Número de horas aproximado: 21 horas

**En estas actividades se utilizará como complemento la plataforma del Entorno de Publicación Docente.**

Se colaborará con los profesionales del CRAI-Biblioteca para que los estudiantes realicen una actividad que desarrolle las competencias informacionales en el uso y gestión de la información.

Número de horas totales: 150

Número de horas presenciales: 45	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Teoría: 21</li> <li>• Práctica: 21</li> <li>• Evaluación global: 3</li> </ul>
Número de horas del trabajo propio del estudiante: 105	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Elaboración de prácticas: 55 horas</li> <li>• Estudio autónomo: 50</li> </ul>



## Estrategias metodológicas

Clases presenciales	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Clases teóricas o teórico-prácticas en grupos grandes o en grupos reducidos</li> <li>• Clases expositivas para presentar tema (exposición), introducir a los alumnos en una temática compleja, realizar conclusiones</li> <li>• Clases para el desarrollo, aplicación, profundización de conocimientos a través de diferentes estrategias: estudio de casos, resolución problemas</li> <li>• Seminarios para temas específicos y posterior elaboración de un trabajo</li> <li>• Tutorías colectivas</li> </ul>
Trabajos autónomos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lecturas</li> <li>• Realización de actividades: ejercicios, ejemplificaciones, búsqueda de información relevante para el turismo. Planteamiento de cuestiones</li> </ul>
Tutorías individualizadas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Seguimiento individual o grupal</li> </ul>

## Materiales y recursos

Plataforma del entorno de publicación docente y/o aula virtual

Casos prácticos

Prensa especializada

Estudios e información contenidos en:

<a href="http://www.mcx.es/turismo/dgt">www.mcx.es/turismo/dgt</a>	Dirección General de Turismo
<a href="http://www.ine.es">www.ine.es</a>	Instituto Nacional de Estadística
<a href="http://www.unwto.org">www.unwto.org</a>	Organización Mundial de Turismo
<a href="http://www.iet.tourspain.es">www.iet.tourspain.es</a>	Instituto de Estudios Turísticos
<a href="http://www.editur.es">www.editur.es</a>	Noticias on-line de la industria turística
<a href="http://www.cehat.com/">www.cehat.com/</a>	Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos
<a href="http://www.hosteltur.com">www.hosteltur.com</a>	Noticias on-line de Hostelería y Turismo
<a href="http://www.travelweekly.co.uk">www.travelweekly.co.uk</a>	Noticias on-line sobre la industria de viajes

<a href="http://www.tourismpartnership.org/">www.tourismpartnership.org/</a>	International Tourism Partnership
<a href="http://www.t-ti.com">www.t-ti.com</a>	Travel and Tourism Intelligence
<a href="http://www.wtfc.org">www.wtfc.org</a>	World Travel & Tourism Council
<a href="http://www.ectaa.org">www.ectaa.org</a>	Asociación Europea de Agencias de Viajes
<a href="http://www.wtoa.org">www.wtoa.org</a>	Asociación Europea de Touroperadores
<a href="http://www.hotrec.org">www.hotrec.org</a>	Asociación Europea de Hostelería
<a href="http://www.ecotourism.org">www.ecotourism.org</a>	Asociación Internacional de Ecoturismo
<a href="http://www.ih-ra.com">www.ih-ra.com</a>	Asociación Internacional de Hoteles y Restaurantes
<a href="http://www.aena.es">www.aena.es</a>	Asociación Aeropuertos Españoles y Navegación Aérea
<a href="http://www.alimarket.com">www.alimarket.com</a>	Información Económica Sectorial
<a href="http://www.tourspain.es">www.tourspain.es</a>	Turespaña
<a href="http://www.ictc.es">www.ictc.es</a>	Instituto para la Calidad Turística Española
<a href="http://www.aedave.es">www.aedave.es</a>	Asociación Empresarial de Agencias de Viajes españolas
<a href="http://www.iet.tourspain.es/cdte">www.iet.tourspain.es/cdte</a>	Centro de Documentación Turística de España
<a href="http://www.exceltur.org/">www.exceltur.org/</a>	Exceltur
<a href="http://www.hvs.com">www.hvs.com</a>	Consultora turística HVS
<a href="http://www.strglobal.com">www.strglobal.com</a>	Consultora turística STR Global
<a href="http://www.hotelsnewsnow.com">www.hotelsnewsnow.com</a>	Noticias globales sector hotelero
<a href="http://www.fehr.es">www.fehr.es</a>	Federación Española de Hostelería
<a href="http://www.scb.es">www.scb.es</a>	Spain Convention Bureau
<a href="http://www.madrid.org">www.madrid.org</a>	D.G. Turismo Comunidad de Madrid
<a href="http://www.jccm.es/turismo">www.jccm.es/turismo</a>	Consejería Turismo y Artesanía Junta Castilla La Mancha
<a href="http://www.iso.org">www.iso.org</a>	Organización Internacional de Normalización

## 5. EVALUACIÓN

### Criterios de evaluación

En términos generales, la evaluación no sólo valorará conocimientos sino también el resto de habilidades y competencias.

Por tanto, para los contenidos, el alumno debe demostrar a lo largo del curso:

- Que comprende los conceptos e ideas principales de cada uno de los bloques
- Que sabe integrar y aplicar los contenidos a situaciones diversas aplicadas al turismo.
- Que elabora ideas coherentes.
- Que es capaz de resolver los problemas de modo comprensivo.
- Que tiene capacidad de síntesis.
- Que es cuidadoso con la presentación y riguroso en sus planteamientos.

Con independencia de que en cada tarea se expliciten adecuadamente los criterios de clasificación de cada una de ellas, en un paper o ejercicio escrito se analizarán los siguientes ítems (**a modo de ejemplo**):

	100	75	50	25	0	
Ejercicio bien estructurado						Ejercicio mal estructurado o incompleto
Objetivos fundamentados y claros.						No se especifican Objetivos.
Metodología bien expuesta.						Mal o no se explica
Se utiliza la bibliografía						No hay indicios de que

necesaria						se haya utilizado
Adecuado uso de la terminología y corrección ortográfica y gramatical						Uso inadecuado y faltas ortográficas y errores gramaticales
Corrección en el análisis						Análisis incorrecto
Acierto en la interpretación						Interpretación deficiente o inexistente
Conclusión clara y correcta						Confusa, o no la hay
Rigor expositivo						Texto poco riguroso
Formato adecuado de texto, tablas y figuras						Inadecuado
Trabajo original						Trabajo copiado
Trabajo bien presentado (calidad)						Trabajo mal presentado (falta de calidad)

Para aquellas actividades que supongan una exposición en clase – bien de alguna cuestión, ejercicio o caso práctico, los criterios de evaluación serán, a título de ejemplo, los siguientes:

Sobre el contenido de la exposición:

Preparación previa (Exposición bien preparada --- Evidencias claras de falta de preparación)

Dominio del tema de la exposición (Alto, bajo o nulo)

Organización (Estructurada, poco estructurada, desestructurada)

Pertinencia (Se ajusta a la tarea, Desajustada)

Rigor académico (alto, bajo o nulo).

Sobre la ejecución de la exposición:

Adecuado control del tiempo (con control, sin control)

Velocidad adecuada (demasiado lenta o demasiado rápida)

Audición (Clara o confusa)

Atención suscitada (mantiene la atención, no la mantiene)

Amenidad expositiva (Ameno o aburrido)

### Criterios de calificación

Según el R.D 1125/2003 que regula el Suplemento al Título las calificaciones deberán seguir la escala de adopción de notas numéricas con un decimal y una calificación cualitativa:

0,0 - 4,9	SUSPENSO (SS)
5,0 - 6,9	APROBADO (AP)
7,0- 8,9	NOTABLE (NT)
9,0 - 10	SOBRESALIENTE (SB)

9,0 – 10      MATRÍCULA DE HONOR limitada ó 5%

En todo caso, el crecimiento decimal se realizará en tramos de 0.5 puntos.

Los alumnos obtendrán su calificación de acuerdo a:

Adquisición, comprensión conocimientos:	30%
Aplicación de los conocimientos a situación reales:	30%
Originalidad, aprendizaje activo:	20%
Participación individual o en grupo:	20%

### Procedimientos de evaluación

El desarrollo metodológico de la materia está concebido para un aprendizaje activo, participado, continuo y acumulativo. De tal forma que la evaluación continua será la norma general del curso, de acuerdo con la filosofía del “Proceso de Bolonia”.

No obstante, y con carácter excepcional, el alumno podrá optar **al inicio del curso** entre someterse a evaluación continua o presentarse a una evaluación final, siempre y cuando se acrediten una serie de circunstancias que impidan al estudiante seguir el sistema de evaluación continua.

Adicionalmente, los profesores de la asignatura pueden determinar pruebas de autoevaluación a través del aula virtual para permitir al alumno conocer su progreso. Estas pruebas de autoevaluación no se tendrán en cuenta para la evaluación continua ni final.

### EVALUACIÓN CONTINUA

Resolución de tareas programadas a lo largo del curso (prácticas, casos, etc.):	50%
Controles o pruebas no programadas:	30%
Participación y aprendizaje activo:	20%

### EVALUACIÓN FINAL

Entre otras, son causas que permiten acogerse a la evaluación final, sin perjuicio de que tengan que ser valoradas en cada caso concreto, la realización de prácticas presenciales, las obligaciones laborales, las obligaciones familiares, los motivos de salud y la discapacidad. El hecho de seguir los estudios a tiempo parcial no otorga por sí mismo el derecho a optar por la evaluación final.

Para acogerse a la evaluación final, el estudiante tendrá que solicitarlo por escrito al decano o director de centro en las dos primeras semanas de impartición de la asignatura, explicando las razones que le impiden seguir el sistema de evaluación continua. En el caso de aquellos estudiantes que por razones justificadas no tengan formalizada su matrícula en la fecha de inicio del curso o del periodo de impartición de la asignatura, el plazo indicado comenzará a computar desde su incorporación a la titulación. El decano o director de centro deberá valorar las circunstancias alegadas por el estudiante y tomar una decisión motivada.

Transcurridos 15 días hábiles sin que el estudiante haya recibido respuesta expresa por escrito a su solicitud, se entenderá que ha sido estimada.

La evaluación final podrá incluir cuantas pruebas sean necesarias para acreditar que el alumno ha adquirido la totalidad de las competencias descritas en la guía docente de la asignatura.

Los estudiantes que hayan seguido la evaluación continua y no la hayan superado, no podrán acogerse a esta evaluación final de la convocatoria ordinaria.

#### EVALUACIÓN FINAL EXTRAORDINARIA

a) Alumnos en evaluación continua que no han logrado la nota mínima necesaria (5,0) como resultado de todas las actividades desarrolladas a lo largo del cuatrimestre, deberán hacer un examen final que supondrá el 100% de su calificación.

b) Resto de alumnos: de no haber logrado una puntuación mínima de 5,0 en el examen final en convocatoria ordinaria, deberán hacer un examen final que supondrá el 100% de su calificación.

## 6. BIBLIOGRAFÍA

### Bibliografía Básica

Johnston, R., Clark, G. (2005). *Service Operations Management*. Prentice Hall. ISBN 9780273683674.

Heizer, J., Render, B. (2007). *Dirección de la producción y de operaciones. Decisiones estratégicas*. Pearson Prentice Hall, ISBN 9788483223604.

Bayón, F., Martín, I. (2004) *Operaciones y Procesos de producción en el sector turístico*. Editorial Síntesis, ISBN 8497561732.

### Bibliografía Complementaria

Blasco, Bachs, Bancells y Vives (2006) *Manual de gestión de producción de Alojamiento y Restauración*. Editorial Síntesis, ISBN 8497564103.

Fitzsimmons, J.A., Fitzsimmons, M.J. (2008). *Service Management: operations, strategy, information technology*. McGrawHill, ISBN 9780071263467.

González, L. (2002) *Dirección hotelera operaciones y procesos*. Editorial Síntesis, ISBN 8477389403.

Jones, C., Jowett, V. (1998). *Managing facilities*. Butterworth-Heinemann, ISBN 075063135X.

Martín, I. (2004) *Dirección y gestión de empresas del sector turístico*. Editorial Pirámide, ISBN 8436818679.

Mestres, J.R. (2003) *Técnicas de gestión y dirección hotelera*. Editorial Gestión 2000, ISBN 8480888598.

Ransley, J., Ingram, H. (2000). *Developing hospitality properties and facilities*. Oxford Boston: Butterworth-Heinemann, ISBN 0750645547.

### Recursos electrónicos

<b>REVISTAS ACADÉMICAS Y CIENTÍFICAS</b>
ANNALS OF TOURISM RESEARCH
ANNALS OF TOURISM RESEARCH EN ESPAÑOL
CORNELL HOTEL AND RESTAURANT ADMINISTRATION QUARTERLY
CORNELL HOSPITALITY QUARTERLY
CUADERNOS DE TURISMO
ESTUDIOS TURÍSTICOS
JOURNAL OF HOSPITALITY & TOURISM RESEARCH
JOURNAL OF TRAVEL RESEARCH
PAPERS DE TURISME
TOURISM ECONOMICS
TOURISM MANAGEMENT
TRAVEL AND TOURISM ANALYST