



# **GRADO EN TURISMO**

## **4º curso**

**Guía docente de la asignatura:**

# **ÉTICA Y DEONTOLOGÍA PROFESIONAL**

**Curso 2018/2019**



## 1. DATOS GENERALES

<b>ASIGNATURA:</b>	ÉTICA Y DEONTOLOGÍA PROFESIONAL						
<b>MÓDULO:</b>							
<b>MATERIA:</b>	ÉTICA Y DEONTOLOGÍA PROFESIONAL						
<b>TIPO</b>	OBLIGATORIA			<b>Nº CRÉDITOS ECTS</b>	6		
<b>CURSO</b>	4º			<b>SEMESTRE</b>	2º		
<b>PROFESORES</b>				<b>e-mail:</b>			
<b>CONOCIMIENTOS PREVIOS</b>	No requeridos						
<b>IDIOMA DE IMPARTICIÓN</b>	ESPAÑOL						
<b>HORAS PRESENCIALES</b>	<b>MAGISTRALES</b>	<b>HPM</b>	40	<b>HORAS NO PRESENCIALES</b>	<b>TUTORIZADAS</b>	<b>HNPT</b>	60
	<b>TUTORIZADAS</b>	<b>HPT</b>	20		<b>LIBRES</b>	<b>HNPL</b>	30

## 2. JUSTIFICACIÓN

El incremento de la transferencia de información en la sociedad en las últimas décadas junto con el desarrollo tecnológico y la innovación continua en el sector de las comunicaciones ha generado un cambio radical en la forma de interlocución en todos los ámbitos de la sociedad entre ellos el empresarial. Este flujo continuo de comunicación ha supuesto que el prestigio y la reputación empresarial puedan decaer o alzarse en cuestión de segundos, según el comportamiento de éstas. En paralelo a este desarrollo, la sociedad ha crecido en información y conocimiento por lo que se ha vuelto más demandante, exigiendo una gestión empresarial ética y transparente. Las exigencias éticas y deontológicas que hoy en día se imponen a las empresas se encuentran muy distanciadas de las que antaño se presuponían. El sector turístico no es ajeno a ello y los principales ingresos generados en este sector se basan por completo en la reputación obtenida. Por todo ello, el conocimiento deontológico y el discernimiento ético profesional, junto con una formación actualizada de los estándares internacionales que guían estos criterios en el sector turístico, servirán como importante base formativa para el/la egresado/a.

## 3. OBJETIVOS

La incorporación de la ética y la deontología profesional en el programa docente en el Grado en Turismo tiene por objetivo principal aportar al estudiante la formación necesaria que facilite el discernimiento en la materia y resuelva las diferentes situaciones que en su etapa profesional se puedan plantear. A continuación se detallan los siguientes objetivos específicos:

- Conocer y discernir sobre el comportamiento ético y deontológico actual en el ámbito empresarial y turístico, la demanda actual de la sociedad y su relación en un mundo globalizado.
- Identificar y acceder a los estándares de referencia en el sector turístico y su relación con la calidad y la reputación empresarial.
- Asumir la responsabilidad social empresarial como eje de desarrollo económico empresarial y aprender a crear indicadores éticos aplicados al sector turístico.

#### 4. COMPETENCIAS

##### GENÉRICAS

- Pensamiento analítico
- Planificación
- Toma de decisiones
- Sentido ético
- Uso de las TIC
- Trabajo en equipo
- Diversidad e interculturalidad
- Orientación al logro

##### ESPECÍFICAS

- Comprender los principios del turismo: su dimensión espacial, social, cultural, jurídica, política, laboral y económica.
- Comprender la dimensión ética de la actividad turística y conocer los principios y normas que la rigen.
- Conocer y comprender medios socioculturales diferentes

#### 5. CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

##### BLOQUE TEMÁTICO: 1

##### PRINCIPIOS FUNDAMENTALES DE LA ÉTICA Y DEONTOLOGÍA PROFESIONAL EN EL TURISMO

CONTENIDOS TEÓRICOS	HPM	HPT	HNPT	HNPL	SEMANAS
INTRODUCCIÓN A LOS PRINCIPIOS ÉTICOS Y DEONTOLÓGICOS PROFESIONALES EL MARCO INTERNACIONAL DE LA ÉTICA Y EL TURISMO LA ÉTICA Y LA EMPRESA (DEBATE)	6	2			1-2
ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE	HPM	HPT	HNPT	HNPL	SEMANAS
Lecturas orientadas			4	2	1-2
Trabajo en equipo					
Autoevaluación			1		

##### BLOQUE TEMÁTICO 2: EL TURISMO RESPONSABLE I

CONTENIDOS TEÓRICOS	HPM	HPT	HNPT	HNPL	SEMANAS
LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EN LAS EMPRESAS TURÍSTICAS (LA DIMENSIÓN INTERNA)	10	6			3-6
ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE	HPM	HPT	HNPT	HNPL	SEMANAS



Lecturas orientadas			10	5	3-6
Trabajo en equipo			6	4	3-6
Autoevaluación			2		5-6

### BLOQUE TEMÁTICO 3: EL TURISMO RESPONSABLE II

CONTENIDOS TEÓRICOS	HPM	HPT	HNPT	HNPL	SEMANAS
LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EN LAS EMPRESAS TURÍSTICAS (DIMENSIÓN EXTERNA)	10	6			7-10
ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE	HPM	HPT	HNPT	HNPL	SEMANAS
Lecturas orientadas			10	5	7-10
Trabajo en equipo			6	4	7-10
Autoevaluación			2		7-10

### BLOQUE TEMÁTICO 4: LA GLOBALIZACIÓN Y EL TURISMO RESPONSABLE

CONTENIDOS TEÓRICOS	HPM	HPT	HNPT	HNPL	SEMANAS
GESTIÓN RESPONSABLE DE LA EMPRESA TURÍSTICA	14	6			11-15
ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE	HPM	HPT	HNPT	HNPL	SEMANAS
Lecturas orientadas			10	5	11-15
Trabajo en equipo			6	5	11-15
Autoevaluación			3		11-15

## 6. METODOLOGÍA DOCENTE

La metodología basará su estrategia en un modelo mixto de clase magistral en la que se facilitará la base teórica necesaria para aportar el conocimiento, los recursos y las herramientas necesarias para que el alumno adquiera las competencias específicas de esta materia, que se verán reforzadas mediante el trabajo en equipo tutorizado, el cual, facilitará la asimilación práctica de los contenidos desarrollados. La asignatura contará con el apoyo puntual de experiencias prácticas y simposios tanto de profesionales del sector que puedan apoyar el contenido docente, como de alumnos que expongan un avance de su trabajo en equipo al resto del alumnado.

## 7. SISTEMA DE EVALUACIÓN

EVALUACIÓN CONTINUA (100% de la nota de clase, equivalente al 50% de la nota final del curso, en una puntuación de 1 a 10)	% NOTA	SEMANA
Bloque 1: Test On-line + Trabajo individual	15	1-2
Bloque 2: Test On-line + Trabajo individual	25	3-6
Bloque 3: Test On-line + Trabajo individual	25	7-10
Bloque 4: Test On-line + Trabajo individual	35	11-15

**EXAMEN FINAL (50% de la nota final del curso, se basará en una exposición de trabajo en equipo que equivaldrá al 60% del examen final y en una prueba escrita (con una puntuación de 1 a 10) que equivaldrá al 40% del examen final.**

El examen final constará de dos secciones:

**Exposición final del trabajo en equipo:** Prueba evaluativa de tipo práctico a desarrollar en grupo junto a otros alumnos/as, consistente en la exposición de un trabajo práctico desarrollado durante todo el cuatrimestre. Será expuesto en la última semana de clase (60% sobre la nota del examen final; la calificación mínima para promediar será de 4 sobre 10 puntos).

**Examen escrito:** Prueba evaluativa de tipo test sobre conceptos teóricos y metodológicos desarrollados (40% sobre la nota del examen); la calificación mínima para promediar será de 4 sobre 10).

**Convocatoria de septiembre:** Los alumnos que hayan obtenido una calificación de menos de un 5 sobre 10 en la nota de evaluación continua en la convocatoria ordinaria serán calificados únicamente a través de su nota en el examen final de la convocatoria de septiembre (es decir, su nota de evaluación continua no influirá en el resultado final).

## 8. RECURSOS DOCENTES

### AULA VIRTUAL

La asignatura tendrá apoyo docente on-line a través de la plataforma Moodle. El alumno dispondrá de materiales docentes de trabajo y será utilizada para la autoevaluación online y como plataforma soporte de comunicación con el alumnado.

### BIBLIOGRAFÍA

#### BASICA

- RIVERA MATEOS M. (2012) Turismo responsable, sostenibilidad y desarrollo local comunitario. Cátedra Intercultural, Universidad de Córdoba: AECIT, AACID y Unión Europea (POCTEFEX-BIOECONOMY).

#### COMPLEMENTARIA

- ÁLVAREZ RIVAS, D. y DE LA TORRE DIAZ, J. (2002): Empresas des-almadas. Una visión ética del mundo empresarial, Dykinson.
- ATLE M. (2016). Innovación y Responsabilidad Social Empresarial. Cuadernos Forética. Grupo Editorial Cinca.
- BARRY, N. (1998): Business Ethics, McMillan Business.
- BEAUCHAMP, T. L. (2005): «The Nature of Applied Ethics», en A Companion to Applied Ethics.
- BELTRÁN DE HEREDIA, P. J. (Ed, 2004): Ética y Actividad Empresarial, Minerva ediciones
- Cañada, E. (2006). «¿Un movimiento de Consumo Responsable?: Balance crítico del Foro Internacional de Turismo



Solidario y Comercio Justo».

- Font, X. y Wood, M.E. (2007). «Sustainable Tourism Certification Marketing and its Contribution to SME Market Access». En Black, R. y Crabtree, A.; eds. Quality Assurance and Certification in Ecotourism. Oxfordshire & Cambridge: CABI. pp. 147-163.
- Gascón, J. (2015). «Pro-Poor Tourism as a Strategy to Fight Rural Poverty: A Critique». Journal of Agrarian Change 15 (4): 499-518.
- GRI Global Reporting initiative. (2015). Guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad.
- OMT (2003). Turismo y atenuación de la pobreza. Madrid: WTO-OMT.
- Smart Destination (2015) Informe destinos turísticos inteligentes: construyendo el futuro. Ministerio de Industria, Turismo y Energía. Sociedad Estatal para la Gestión de la Innovación y las Tecnologías Turísticas S.A.
- UNSG. (2013) . Perspectives from UN Global Compact participants on global priorities and how to engage business towards Sustainable Development Goals. United Nation Global Compact.
- UNGC. (2010) Principios laborales del Pacto Mundial de las Naciones Unidas, guía para empresas. Ginebra, Oficina Internacional del Trabajo, 2010 ca. 30 p.