

Gestión de Aerolíneas

Código: 42871

Créditos ECTS: 6

Titulación	Tipo	Curso	Semestre
4313785 Gestión Aeronáutica	OB	0	2

La metodología docente y la evaluación propuestas en la guía pueden experimentar alguna modificación en función de las restricciones a la presencialidad que impongan las autoridades sanitarias.

Contacto

Nombre: Jose Manuel Perez de la Cruz

Correo electrónico: JoseManuel.Perez@uab.cat

Equipo docente externo a la UAB

Joan Rosselló

Juan Aijón

Julien Style

Ramón Montero

Richard Clark

Uso de idiomas

Lengua vehicular mayoritaria: español (spa)

Prerequisitos

No tiene.

Objetivos y contextualización

Con este módulo se pretende proporcionar al estudiante la oportunidad de desarrollar una comprensión de las consideraciones operacionales que conciernen al funcionamiento de una línea aérea comercial, distinguiendo entre los diferentes tipos de compañías aéreas.

Competencias

- Comprender los elementos y factores fundamentales que determinan la operativa de una línea aérea comercial, a fin de aplicarlos adecuadamente en su gestión.
- Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación.
- Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.
- Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.
- Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.
- Reconocer la dimensión humana, económica, legal y ética en el ejercicio profesional.

Resultados de aprendizaje

1. Comparar y contrastar las diferencias operativas entre los distintos tipos de compañías aéreas.
2. Describir los principales problemas de gestión y operacionales relacionados con las operaciones de una aerolínea comercial.
3. Discutir los principales factores que afectan la economía de una línea aérea, organización
4. Explicar detalladamente las calificaciones y los requisitos de entrenamiento para un controlador de vuelo.
5. Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación.
6. Preparar un artículo, haciendo un uso adecuado de las TIC actuales, para las áreas problemáticas funcionales típicas que implican las operaciones de una aerolínea.
7. Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.
8. Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.
9. Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.
10. Reconocer la dimensión humana, económica, legal y ética en el ejercicio profesional.
11. Relacionar los diversos elementos de la regulación internacional con la operación de una línea aérea.
12. Resumir y evaluar, en un contexto profesional, las tendencias futuras en las operaciones de una línea aérea.

Contenido

El módulo trata los sistemas de operación de vuelos comerciales desde las perspectivas del controlador terrestre, de los especialistas de la operación, de los gestores y del equipo de vuelo de la carlinga. Los temas tratados incluyen la planificación avanzada del vuelo, las consideraciones sobre el funcionamiento del avión y del cargamento, impacto de las condiciones atmosféricas y las prioridades de enrutamiento. Asimismo se exponen de forma comparada las características propias de distintos tipos de compañías aéreas: aviación regular, compañías de bajo coste, aviación ejecutiva y compañías de cargo.

Metodología

El planteamiento metodológico general de la asignatura está basado en el principio de multivariiedad de estrategias, con el cual se pretende facilitar la participación activa y la construcción del proceso de aprendizaje por parte del estudiante bajo el principio de "aprender haciendo".

Nota: se reservarán 15 minutos de una clase dentro del calendario establecido por el centro o por la titulación para que el alumnado rellene las encuestas de evaluación de la actuación del profesorado y de evaluación de la asignatura o módulo.

Actividades

Título	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Tipo: Dirigidas			
Clases de teoría	20	0,8	1, 2, 10, 11
Exposición de trabajos	5	0,2	9
Seminarios	12,5	0,5	1, 3, 8, 10, 11
Tipo: Supervisadas			

Desarrollo de trabajos en grupo	59,5	2,38	3, 6, 8, 10, 12, 5
Tutorías	8	0,32	7
Tipo: Autónomas			
Estudio personal	45	1,8	7

Evaluación

Para que cualquiera de los elementos de evaluación sea considerado en la fórmula de cálculo de la nota final del módulo (con arreglo a sus pesos), su calificación individual debe ser superior o igual a 4.

Todas las actividades basadas en informes escritos deben presentarse dentro de las fechas de vencimiento indicadas por el profesor. Si se suspende una actividad basada en informe, el estudiante podrá volver a presentar su informe de acuerdo con las correcciones / indicaciones proporcionadas por el profesor.

Si se suspende un examen escrito, el estudiante tendrá la oportunidad de repetirlo.

Las fechas de recuperación de exámenes, así como las fechas de reentrega de informes de trabajos serán comunicadas por el profesor al inicio del curso.

El estudiante puede presentarse a la recuperación siempre que se haya presentado a un conjunto de actividades que representen al menos dos terceras partes de la calificación total de la asignatura.

Los elementos evaluados en fase de recuperación obtendrán la calificación de: Apto (5) o No apto.

No hay un método de evaluación diferenciado para los estudiantes repetidores.

Para tener derecho a ser evaluado de este módulo, deberán acreditarse los porcentajes de asistencia a clase que se indican a continuación:

- En la modalidad semipresencial: 75%
- En la modalidad virtual: 50%

Los pesos de cada actividad de evaluación se dan en la siguiente tabla.

Actividades de evaluación

Título	Peso	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Desarrollo en grupos de un trabajo de curso (informe)	50 %	0	0	1, 2, 3, 4, 6, 8, 9, 10, 11, 12, 5
Exposición oral del trabajo de curso	20 %	0	0	9, 7
Resolución individual de ejercicios	30 %	0	0	1, 2, 3, 8, 7, 10, 11

Bibliografía

Básica

- Navas, J.E. y Guerras, L.A. (2007). La Dirección Estratégica de la Empresa. Teoría y Aplicaciones (4^a ed.). Ed. Civitas, Madrid.
- Rigas Doganis. FLYING OFF COURSE: The Economics of International Airlines. Editorial: George Allen & Unwin.

- Peter S. Morrell. AIRLINES FINANCE. Editorial: Cranfield University, UK.
- Stephen Holloway. STRAIGHT AND LEVEL: Practical Airline Economics. Editorial: Aviation Consultant, Dubai, UAE.
- MALAVAL, P. y LOGU, C. (2003): Marketing Aeronáutico. Ed. Etas, Italia.

Complementaria

- Bueno, E.; Morcillo, P., y Salmador, Mª P. (2005). Dirección Estratégica: Nuevas Perspectivas Teóricas. Ed. Pirámide, Madrid.
- Bueno, E.; Salmador, Mª P.; Martín, J.I., y Merino, C. (2006). Dirección Estratégica: Desarrollo de la Estrategia y Casos. Ed. Pirámide, Madrid.
- Grant, R.M. (2006). Dirección Estratégica: Conceptos, Técnicas y Aplicaciones. (5^a ed.). Ed. Thompson-Civitas, Madrid.
- Hitt, M.A.; Ireland, R.D. & Hoskisson, R.E. (2003). Strategic Management. Competitiveness and Globalization. 5th. Edition. Ed. Mason, OH: Thompson/South-Western.
- Johnson, G.; Scholes, K., & Whittington, R. (2006). Dirección Estratégica (7^a ed.). Ed. Pearson Educación, Madrid.
- REF 6. MALAVAL, P. y BÉNAROYA, C. (2002): Aerospace Marketing Management. Ed. Kluwer Academic Publisher, USA.

Software

No se precisa de software específico, sólo los medios y herramientas generales aplicables al seguimiento del máster.