

Guia docent de l'assignatura "Economia de l'Empresa"

I. IDENTIFICACIÓ

- ✓ **Nom de l'assignatura:** Economia de l'Empresa
- ✓ **Codi:** 103744
- ✓ **Titulació:** Grau de Direcció Hotelera
- ✓ **Curs acadèmic:** 2016-17
- ✓ **Tipus d'assignatura:** Formació bàsica
- ✓ **Crèdits ECTS:** 6 (150)
- ✓ **Període d'impartició:** 1er semestre
- ✓ **Idioma en que s'imparteix:** Castellà/Català
- ✓ **Professorat:** Eduardo Rodés

II. PRESENTACIÓ

Aquesta assignatura és la primera de les que s'inclouen en el Grau de Direcció Hotelera sobre direcció i gestió d'empreses. L'assignatura s'inicia amb el concepte, elements i classes d'empreses. Tot seguit, s'estudien la funció i tasques directives. Els aspectes relatius a l'estratègia empresarial es tracten a continuació i es desenvolupen a partir de l'anàlisi estratègica (tant interna com externa) i de les tipologies estratègiques (tant en el nivell competitiu com en el nivell corporatiu). Al llarg de l'assignatura es posa èmfasi en les empreses o organitzacions que estan relacionades amb les diverses activitats hoteleres. Així mateix, es combinen els continguts teòrics amb diverses activitats pràctiques.

III. OBJECTIUS FORMATIUS, COMPETÈNCIES ESPECÍFIQUES I RESULTATS D'APRENENTATGE

OBJECTIUS FORMATIUS

Al finalitzar l'assignatura l'alumne serà capaç de:

1. Comprendre els aspectes fonamentals relacionats amb l'empresa i la funció directiva, amb especial èmfasi en les diverses empreses hoteleres.
2. Conèixer i entendre els conceptes i les tècniques relatives a la direcció estratègica de l'empresa i la seva aplicació a la direcció hotelera.

COMPETÈNCIES I RESULTATS D'APRENTATGE

CE1. Demostrar que coneix i comprèn els principis bàsics de l'allotjament i la restauració en totes les seves dimensions, departaments, activitats i àrees en el context del sector turístic.

RESULTATS D'APRENTATGE

CE1.1. Identificar la base teòrica i conceptual de l'estratègia de l'empresa turística.

CE7. Identificar i aplicar els elements que regeixen l'activitat dels sectors de l'hoteleria i la restauració, la seva interacció amb l'entorn, així com el seu impacte en els diferents subsistemes empresarials del sector

RESULTATS D'APRENTATGE

CE7.1. Distingir, identificar i aplicar els conceptes de direcció estratègica referent als productes referents a les empreses d'allotjament i restauració.

CE11. Definir i aplicar la direcció i gestió (management) dels diferents tipus d'organitzacions en el sector de l'hoteleria i la restauració

RESULTATS D'APRENTATGE

CE11.1. Distingir, identificar i aplicar les estratègies, estructures i processos referents als recursos humans de les empreses d'hoteleria i restauració.

IV. COMPETÈNCIES TRANSVERSALS

CT1. Desenvolupar una capacitat d'aprenentatge de forma autònoma

CT4. Gestionar les tècniques de comunicació a tots els nivells.

CT6. Planificar, organitzar i coordinar el treball en equip, creant sinèrgies i sabent-se situar en el lloc dels altres

CT7. Planificar, organitzar i coordinar el treball en equip creant sinèrgies i sabent situar-se en el lloc dels altres negociant i gestionant conflictes

CT9. Demostrar un comportament ètic en les relacions socials, així com adaptar-se a diferents contextos interculturals.

CT10. Demostrar un comportament responsable amb l'entorn mediambiental, social i cultural

CT11. Gestionar i organitzar el temps

CT12. Treballar en equip

CT13. Planificar i gestionar activitats sobre la base de la qualitat i la sostenibilitat

G3. Respectar la diversitat i pluralitat d'idees, persones i situacions

V. TEMARI I CONTINGUTS

1. L'empresa.

1.1. Concepte d'empresa.

1.2. Elements i funcions de l'empresa. La creació de valor.

- 1.3. Classes d'empreses. Les empreses hoteleres.
- 2. La funció directiva.
 - 2.1. Concepte i classes de direcció.
 - 2.2. Tasques fonamentals de direcció
 - 2.3. Directiu i emprenedor
- 3. L'estratègia de l'empresa.
 - 3.1. Concepte i elements de l'estratègia.
 - 3.2. Diferents nivells de l'estratègia.
 - 3.3. El procés de formulació de l'estratègia.
- 4. Anàlisi interna.
 - 4.1. Anàlisi funcional.
 - 4.2. La cadena de valor.
 - 4.3. Anàlisi dels recursos i capacitats.
 - 4.4. Recursos financers i decisions d'inversió.
- 5. Anàlisi de l'entorn.
 - 5.1. Anàlisi de l'entorn general.
 - 5.2. Anàlisi de l'entorn específic i operatiu.
 - 5.3. Tendències actuals en empreses hoteleres.
- 6. Estratègies competitives.
 - 6.1. Naturalesa i fonts de l'avantatge competitiu i posicionament.
 - 6.2. Estratègies competitives genèriques.
 - 6.3. Estratègies segons el cicle de vida del sector.
- 7. Estratègies corporatives.
 - 7.1. Direccions del desenvolupament estratègic.
 - 7.2. Estratègies de diversificació i d'integració vertical.
 - 7.3. Estratègies d'internacionalització i cooperació.

VI. BIBLIOGRAFIA RECOMANADA

Material docent en format digital que estarà disponible al Campus Virtual i els següents llibres:

BESANKO, D., D. DRANOVE, M. SHANLEY Y S. SHAEFER (2010), *Economics of Strategy*, 5.ª Ed. John Wiley and Sons, Nueva York
BREALEY, R.; Y MYERS, S. (1993): *Fundamentos de financiación empresarial*. McGraw-Hill.

ENZ, C. A. (2009) Hospitality Strategic Management: Concepts and Cases, 2da. Ed., John Wiley and Sons, Nueva Jersey.

GRANT, R. M. (2006): Dirección estratégica. Conceptos, técnicas y aplicaciones. Editorial Civitas, Madrid.

MARTÍN ROJO, I. (2009): Dirección y gestión de empresas del sector turístico. 4ª Edición. Ediciones Pirámide, Madrid.

VECIANA, J.Mª. (1999): Función directiva. Servei de Publicacions de la UAB, Bellaterra (Cerdanyola del Vallès).

VII. METODOLOGIES DOCENTS

Durant el curs es combinaran les classes de caràcter teòric (classes magistrals) amb les sessions de pràctiques (casos pràctics), durant les quals es fomentarà la participació i el treball en equip per part dels estudiants. Així mateix, els alumnes hauran de realitzar un treball en grup sobre una empresa turística real, en el marc del qual duran a terme un treball de camp i una presentació pública dels continguts més rellevants.

VIII. SISTEMA D'AVUACIÓ

L'avaluació de l'assignatura s'efectuarà mitjançant la realització d'una o més proves escrites (60% de la nota final), així com a través de la realització i presentació del treball esmentat (20%) i de la discussió de casos pràctics al llarg del curs (20%).

Condició *sine qua non* per tal d'obtenir l'acreditació de l'assignatura: caldrà haver aprovat (nota ≥ 5) tant l'examen com el treball en grup.

De no seguir l'avaluació continuada o suspendre-la a les dates oficials establertes es podrà realitzar un examen final de l'assignatura.

IX. ORGANITZACIÓ DEL TEMPS DE DEDICACIÓ DE L'ESTUDIANT

Tipus	Activitat	Hores	ECTS	RESULTATS D'APRENTATGE
Activitat dirigida	Classes teòriques	35	1.40	CE.1.1., CE7.1. CT4, CT9, CT10 i G3
	Discussió i resolució casos	10	0.40	CE1.1., CE7.1 i CE11.1 CT1, CT4, CT6, CT7, CT11 i G3
	Presentació de treballs	1	0.04	CE1.1 CE7.1 i CE11.1 CT1,CT4,CT6,CT11, CT12 i CT13
Activitats Supervisades	Tutories	10	0.40	CT1,CT6 i G3
Activitats Autònomes	Resolució Casos	4	0.16	CE1.1., CE7.1 i C11.1 CT1, CT4, CT6, CT7 i CT11

	Elaboraci� Treballs	25	1.00	CE1.1 CE7.1 i CE11.1 CT1, CT4, CT6, CT11, CT12 i CT13
	Estudi	58	2.30	CE1.1, CE7.1 y CE11.1 CT1,CT4,CT6,CT11, CT12 i CT13
Activitats d'avaluació	Autoavaluació i avaluació	7	0,30	CE1.1 CE7.1 i CE11.1 CT1, CT11, G3
Total		150	6	

X. TEMPORALITZACIÓ DE LA DOCÈNCIA

SETMANA	TEMA	MÈTODE	HORES
1,2	L'empresa	Classe magistral i casos pràctics	6
3,4	La funció directiva	Classe magistral i casos pràctics	6
5,6	L'estratègia de l'empresa	Classe magistral i casos pràctics	6
7,8	Anàlisi interna	Classe magistral i casos pràctics	6
9,10	Anàlisi de l'entorn	Classe magistral i casos pràctics	6
11,12	Estratègies competitives	Classe magistral i casos pràctics	6
13,14	Estratègies corporatives	Classe magistral i casos pràctics	6
15	Treballs en grup	Presentacions	6

XI. EMPRENEDORIA I INNOVACIÓ

Per tal de fomentar l'esperit emprenedor dels estudiants, es treballar  i discutir  sobre l'orientació emprenedora en el marc de la funció directiva i l'estratègia empresarial. Aix  mateix, durant el curs s'analitzar  algun cas pràctic que tracti la creació i desenvolupament d'una empresa de l'àmbit de la indústria hotelera. Per últim, la realització del treball sobre una empresa hotelera real per part dels estudiants inclourà l'anàlisi de la seva creació i posterior evolució.