

Guia docent de l'assignatura "Direcció estratègica i comercial d'hotels"

1. IDENTIFICACIÓ

- ✓ **Nom de l'assignatura: DIRECCIÓ ESTRATÈGICA I COMERCIAL D'HOTELS**
- ✓ **Codi: 103733**
- ✓ **Titulació: GRAU DIRECCIÓ HOTELERA**
- ✓ **Curs acadèmic: 2018-2019**
- ✓ **Tipus d'assignatura: OPTATIVA**
- ✓ **Crèdits ECTS (hores): 6 ECTS (150 hores)**
- ✓ **Període d'impartició: 2n semestre**
- ✓ **Idioma en que s'imparteix: català/castellà**
- ✓ **Professorat: MAGDA CAYÓN COSTA / LAURA LIZBETH MARTÍNEZ ALMUINA**
- ✓ **Correo electrònic: magda.cayon@uab.cat**

2. PRESENTACIÓ

Aquesta assignatura s'emmarca dins del grup d'assignatures del Grau en Direcció Hotelera que tenen a veure amb la gestió d'empreses (comptabilitat, direcció comercial, etc.), en aquest cas amb la presa de decisions en les empreses hoteleres. De fet, és una assignatura que pretén donar a l'alumne una visió clara des del punt de vista del directiu de la gestió de l'empresa a nivell estratègic i comercial.

L'enfocament de l'assignatura és molt pràctic i es pretén que els continguts teòrics s'apliquin en simulacions de casos.

3. OBJECTIUS FORMATIUS, COMPETÈNCIES ESPECÍFIQUES I RESULTATS DE L'APRENENTATGE

OBJECTIUS FORMATIUS

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

1. Saber fer un anàlisi estratègica
2. Saber tria una estratègia entre diferents opcions estratègiques
3. Saber aplicar els factors determinants per l'èxit de la implantació d'una estratègia.
4. Desenvolupar els coneixements tècnics, estratègics en noves tendències així com les habilitats personals per formar-te com a directiu innovador capaç d'afrontar reptes en nous entorns
5. Desenvolupar tècniques, destreses i coneixements en la direcció comercial sobre els nous escenaris hotelers i mercats emergents.

4. COMPETÈNCIES ESPECÍFIQUES I RESULTATS D'APRENENTATGE

CE12. Definir i aplicar els objectius, estratègies i polítiques comercials en les empreses d'hoteleria i restauració

RESULTATS D'APRENENTATGE

CE12.2 Capacitat de coordinar objectius i polítiques comercials estratègiques i operatives.

CE20. Analitzar, formular i implantar la estratègia general d'una organització, així com les polítiques d'actuació de les diferents àrees funcionals del sector de l'hoteleria i restauració.

RESULTATS D'APRENENTATGE

CE20.3 Analitzar i implantar un sistema de màrqueting adequat a les necessitats del sector de l'hoteleria i restauració.

COMPETÈNCIES TRANSVERSALS

CT1. Desenvolupar la capacitat d'aprenentatge de forma autònoma.

CT6. Ser capaç de buscar informació rellevant de forma eficient

CT11. Gestionar i organitzar el temps.

CT16. Analitzar, sintetitzar i avaluar la informació

5. TEMARI I CONTINGUTS

DIRECCIÓ ESTRATÈGICA

1. ANÀLISI ESTRATÈGICA:

1.1 Anàlisi de l'entorn

- 1.2 Anàlisi dels recursos i de la capacitat estratègica
- 1.3 Anàlisi de la cultura i expectatives dels *stakeholders*

Presentacions dels casos treballats a l'aula i horaris de l'assignatura

2. TRIA ESTRATÈGICA

- 2.1 Les opcions estratègiques
- 2.2 Valoració de la conveniència de les estratègies
- 2.3 Presa de decisions.

Presentacions dels casos treballats a l'aula i horaris de l'assignatura

3. IMPLEMENTACIÓ EESTRATÈGICA

- 3.1 Planificació i assignació de recursos
- 3.2 Estructura i disseny de l'organització
- 3.3 La direcció de canvi estratègic

Presentacions dels casos treballats a l'aula i horaris de l'assignatura

DIRECCIÓ COMERCIAL D'HOTELS

1. DIRECCIÓ I GESTIÓ COMERCIAL

- 1.1 Conceptes clau en la direcció comercial i evolució del comerç
- 1.2 Fases de la direcció comercial internacional / Internacionalització de la comercialització
- 1.3 Aliances comercials
- 1.4 Comunicació comercial en les organitzacions
- 1.5 Gestió de l'experiència del client
- 1.6 Intermediació directiva
- 1.7 Revenue management

Presentacions dels casos pràctics a l'aula i horaris de l'assignatura

2.- EI COMERÇ EN UN MÓN HIPERCONNECTAT

- 2.1 Estratègies "mobile"
- 2.2 El marketplace: noves fórmules de ecommerce.
- 2.3 Comercialització en entorns actuals
- 2.4 Ús d'eines comercials i de màrqueting centrades al client: SEO/SEM , email màrqueting, MICE, web, CRM, paquetització, social media i la reputació online.

Presentacions dels casos pràctics a l'aula i horaris de l'assignatura

3.- TENDÈNCIES:

- 3.1 Evolució hotelera al segle XXI : Hotels SMART

Presentacions dels casos pràctics a l'aula i horaris de l'assignatura

6. BIBLIOGRAFIA RECOMANADA

- JOHNSON, Gerry i SCHOLLES Kevan: "Dirección estratégica, análisis de la estrategia de las organizaciones" Ed. Prentice Hall
- Camisón, C Total quality management in hospitality: an application of the EFQM model. Tourism Management,
- Claver, E., Tarí, J.J., & Pereira, J. "Does quality impact on hotel performance?" International Journal of Contemporary Hospitality Management.

7. METODOLOGIES DOCENTS

Les sessions es desenvoluparan a través de l'exposició i debat dels conceptes principals i s'aprofundiran a través de les presentacions en grup dels diferents casos pràctics proposats, amb el suport del material disponible al campus virtual de l'assignatura.

Tipus	Activitat	Hores	ECTS	RESULTATS D'APRENENTATGE
Activitats dirigides	Classes teòriques	65	2,6	CE12.2 CE20.3
Activitats supervisades	Tutories	15	0,6	CE12.2 CE20.3
Activitats autònomes	Resolució casos pràctics	70	2,8	CE12.2 CE20.3
TOTAL		150	6	

8. AVALUACIÓ

L'avaluació d'aquesta assignatura consta del següent sistema:

1. AVALUACIÓ CONTINUA:

La nota global de l'assignatura es calcularà com a nota mitjana aritmètica de les dues parts: 50% de la nota de Direcció Estratègica + 50% de la nota de Direcció Comercial, essent condició indispensable per poder fer la mitjana que en les dues parts s'obtingui almenys una nota de 4.

En les dues parts es portarà a terme una avaluació continuada:

DIRECCIÓ ESTRATÈGICA:

La nota d'aquesta part es calcularà com a nota mitjana aritmètica entre les 3 activitats obligatòries que l'alumne presentarà en el calendari indicat.

Títol	Pes	Hores	ECTS	Resultats de aprenentatge
Desenvolupament d'1 cas pràctic: aplicació dels continguts a una empresa real existent (distribuït en 3 lliuraments)	100%	37,5	1,5	CE12.2

DIRECCIÓ COMERCIAL:

La nota d'aquesta part es calcularà com a nota mitjana aritmètica entre les 3 activitats obligatòries que l'alumne presentarà en el calendari indicat.

Títol	Pes	Hores	ECTS	Resultats de aprenentatge
Activitat pràctica 1	33,3%	12,5	0,5	CE20.3
Activitat pràctica 2	33,3%	12,5	0,5	CE20.3
Activitat pràctica 3	33,3%	12,5	0,5	CE20.3

B) AVALUACIÓ ÚNICA: Examen final (tota la matèria).

Dia i hora establerts, segons calendari acadèmic, a la Programació Oficial del Centre (EUTDH).

Hi haurà un únic tipus d'examen final, no havent diferència entre els alumnes que no hagin superat satisfactòriament l'avaluació continua i aquells que no l'hagin seguit.

C) RE-AVALUACIÓ:

Dia i hora establerts, segons calendari acadèmic, a la Programació Oficial del Centre (EUTDH).

Adreçada als alumnes que a l'avaluació final hagin obtingut una nota igual o superior a 4 i menor de 5, es podran presentar a l'examen de re-avaluació per poder superar l'assignatura. La qualificació màxima d'aquesta re-avaluació no superarà el 5 com a nota final.

9. TEMPORALITZACIÓ DE LA DOCÈNCIA

SETMANA	TEMA	MÈTODE	HORES
1	Direcció estratègica	Presentació de l'assignatura i dels conceptes bàsics	3
2	Anàlisi estratègic	Lectura prèvia per part de l'alumne del tema publicat al campus virtual, resolució de dubtes, i finalment discussió i explicació a l'aula dels principals conceptes.	3
3	Presentacions dels casos	Presentació en grup de l'aplicació dels continguts del tema a una empresa real del sector triada per ells.	3
4	Tria de l'estratègia	Lectura prèvia per part de l'alumne del tema publicat al campus virtual, resolució de dubtes, i finalment discussió i explicació a l'aula dels principals conceptes.	3
5	Presentacions dels casos	Presentació en grup de l'aplicació dels continguts del tema a una empresa real del sector triada per ells.	3
6	Implantació de l'estratègia	Lectura prèvia per part de l'alumne del tema publicat al campus virtual, resolució de dubtes, i finalment discussió i explicació a l'aula dels principals conceptes.	3
7	Presentacions dels casos	Presentació en grup de l'aplicació dels continguts del tema a una empresa real del sector triada per ells.	3
8	Direcció i gestió comercial	Presentació dels conceptes clau	3
9	Fases de la direcció comercial	Lectura prèvia per part de l'alumne del tema publicat al campus virtual, resolució de dubtes, i finalment discussió i explicació a l'aula dels principals conceptes.	3

10	Presentacions dels casos	Presentació en grup de l'aplicació dels continguts del tema a una empresa real del sector triada per ells.	3
11	El comerç en un món hyper connectat	Lectura prèvia per part de l'alumne del tema publicat al campus virtual, resolució de dubtes, i finalment discussió i explicació a l'aula dels principals conceptes.	3
12	Presentacions dels casos	Presentació en grup de l'aplicació dels continguts del tema a una empresa real del sector triada per ells.	3
13	TèndENCIES i evolució hotelera	Lectura prèvia per part de l'alumne del tema publicat al campus virtual, resolució de dubtes, i finalment discussió i explicació a l'aula dels principals conceptes.	3
14	Presentacions dels casos	Presentació en grup de l'aplicació dels continguts del tema a una empresa real del sector triada per ells.	3

10. EMPRENEDORIA I INNOVACIÓ

La metodologia plantejada pressuposa un grau de maduresa elevada per part de l'alumne. El fet que es pacti una agenda per tot el trimestre, sabent quins temes i activitats es tractaran en cada una de les sessions, obliga a l'alumne a fer un seguiment personal i constant fora de l'aula de tot i durant tot el quadrimestre, ja que si no ho fa així és complicat seguir el curs amb normalitat. Per altra banda, les tres setmanes que es proposen els casos pràctics a desenvolupar individualment o en grups, representa un esforç afegit per tal d'enfrontar-se a situacions reals i saber quines decisions s'haurien de prendre en cada un dels casos. Val a dir que tots els casos són d'empreses hoteleres, la qual cosa provoca un aprofundiment afegit en el sector.