

Economia de l'Empresa

Codi: 103744

Crèdits: 6

Titulació	Tipus	Curs	Semestre
2502904 Direcció Hotelera	FB	1	1

Professor/a de contacte

Nom: Eduardo Rodes Mayor

Correu electrònic: Eduardo.Rodes@uab.cat

Utilització d'idiomes a l'assignatura

Llengua vehicular majoritària: espanyol (spa)

Grup íntegre en anglès: No

Grup íntegre en català: No

Grup íntegre en espanyol: Sí

Prerequisits

Ningú.

Objectius

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. A continuació, 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 l'accent en les empreses o organitzacions que estan relacionades amb les diverses activitats hoteleres. Així mateix, es combinen els continguts teòrics amb diverses activitats pràctiques.

En 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.
3. Emprenedoria i innovació. Per fomentar l'esperit emprenedor dels estudiants, es treballarà i discutirà sobre l'orientació emprenedora en el marc de la funció directiva i l'estratègia empresarial. Així mateix, durant el curs s'analitzarà algun cas pràctic que tracti la creació i desenvolupament d'una empresa de l'àmbit turístic. Finalment, la realització del treball sobre una empresa hotelera real per part dels estudiants inclourà l'anàlisi de la seva creació i posterior evolució.

Competències

- Definir i aplicar la direcció i gestió (management) dels diferents tipus d'organitzacions al sector de l'hoteleria i la restauració.
- Demostrar que coneix i comprèn els principis bàsics de l'allotjament i la restauració en totes les dimensions, departaments, activitats i àrees en el context del sector turístic.

- Demostrar un comportament responsable amb l'entorn mediambiental, social i cultural.
- Demostrar un comportament ètic en les relacions socials, així com adaptar-se a diferents contextos interculturals.
- Desenvolupar una capacitat d'aprenentatge autònom.
- Fer servir les tècniques de comunicació a tots els nivells.
- Gestionar i organitzar el temps.
- Identificar i aplicar els elements que regeixen l'activitat dels sectors de l'hoteleria i la restauració i la seva interacció amb l'entorn, així com l'impacte que tenen en els diferents subsistemes empresarials del sector.
- Planificar i gestionar activitats sobre la base de la qualitat i la sostenibilitat.
- Planificar, organitzar i coordinar el treball en equip creant sinergies i sabent-se situar al lloc dels altres negociant i gestionant conflictes.
- Ser capaç de buscar informació rellevant de manera eficient.
- Treballar en equip.

Resultats d'aprenentatge

1. Demostrar un comportament responsable amb l'entorn mediambiental, social i cultural.
2. Demostrar un comportament ètic en les relacions socials, així com adaptar-se a diferents contextos interculturals.
3. Desenvolupar una capacitat d'aprenentatge autònom.
4. Distingir, identificar i aplicar els conceptes de la direcció estratègica als productes de les empreses d'allotjament i restauració.
5. Distingir, identificar i aplicar les estratègies, les estructures i els processos referents als recursos humans de les empreses d'hoteleria i restauració.
6. Fer servir les tècniques de comunicació a tots els nivells.
7. Gestionar i organitzar el temps.
8. Identificar la base teòrica i conceptual de l'estratègia de l'empresa turística.
9. Planificar i gestionar activitats sobre la base de la qualitat i la sostenibilitat.
10. Planificar, organitzar i coordinar el treball en equip creant sinergies i sabent-se situar al lloc dels altres negociant i gestionant conflictes.
11. Ser capaç de buscar informació rellevant de manera eficient.
12. Treballar en equip.

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.

Metodologia

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.

PLANIFICACIÓ DE LA DOCENCIA

SETMANA	TEMA	METODE	
1, 2	L'empresa	Classe magistral i casos pràctics	1
3, 4	La funció directiva	Classe magistral i casos pràctics	3
5, 6	L'estratègia de l'empresa	Classe magistral i casos pràctics, tutories	5
7, 8	Anàlisi interna	Classe magistral i casos pràctics	7

9, 10	Anàlisi de l'entorn	Classe magistral i casos pràctics	5
11, 12	Estratègies competitives	Classe magistral i casos pràctics	1
13, 14	Estratègies corporatives	Classe magistral i casos pràctics, tutories	1
15	Treballs en grup	Presentacions	1

Activitats formatives

Títol	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Tipus: Dirigides			
Classes teòriques	35	1,4	1, 2, 4, 6, 8
Discussió i resolució casos	10	0,4	3, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12
Presentació de treballs	1	0,04	3, 4, 5, 6, 7, 8, 10, 11
Tipus: Supervisades			
Tutories	10	0,4	8, 11
Tipus: Autònomes			
Elaboració de Treballs	25	1	3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 11, 12
Estudi	58	2,32	3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 11, 12
Resolució de Casos	4	0,16	3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 11, 12

Avaluació

L'avaluació de l'assignatura s'efectuarà mitjançant la realització de dues proves escrites (cadascuna explica un 30% de la nota final), així com a través de la realització i presentació del treball d'anàlisi d'una empresa hotelera (25%) i de la discussió de casos pràctics al llarg del curs (15%). Condició sine qua non per obtenir l'acreditació de l'assignatura: serà necessari haver aprovat (amb nota major o igual a 5) tant els exàmens com el treball en grup.

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

Activitats d'avaluació

Títol	Pes	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Discussió de casos pràctics i participació	15	4	0,16	2, 3, 4, 5, 8, 9, 10, 11, 12
Exàmen teòric part 1	30	1	0,04	4, 5, 7, 8
Exàmen teòric part 2	30	1	0,04	4, 7, 8
Presentació treball d'anàlisi de una empresa	25	1	0,04	1, 3, 4, 6, 10, 11

Bibliografia

Material docent en format digital que estarà disponible al Campus Virtual i en 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

Brealy, R . y Myers, S. (1993): Fundamentos de Financiación empresarial. McGraw-Hill.

Enz, C. (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. 4º Edición. Ediciones Pirámide, Madrid.

Veciana, J.Mª. (1999): Función directiva. Servicio de Publicaciones de la UAB, Bellaterra (Cerdanyola del Vallès).