

Introducció a l'Empresa Turística

Codi: 104949

Crèdits: 6

Titulació	Tipus	Curs	Semestre
2500894 Turisme	FB	1	1

Professor/a de contacte

Nom: Eduardo Rodas Mayor

Correu electrònic: Eduardo.Rodas@uab.cat

Utilització d'idiomes a l'assignatura

Llengua vehicular majoritària: espanyol (spa)

Grup íntegre en anglès: Sí

Grup íntegre en català: No

Grup íntegre en espanyol: Sí

Prerequisits

No hi ha prerequisits.

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. 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.

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.

3. Emprenedoria i innovació. Per tal de 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. Per últim, la realització del treball sobre una empresa turística real per part dels estudiants inclourà l'anàlisi de la seva creació i posterior evolució.

Competències

- Aplicar els conceptes relacionats amb els productes i empreses turístiques (econòmic i financer, recursos humans, política comercial, mercats, operatiu i estratègic) en els diferents àmbits del sector.
- Demostrar que coneix i comprèn els principis bàsics del turisme en totes les seves dimensions i àrees.
- Demostrar un comportament responsable amb el medi ambient.

- Desenvolupar una capacitat d'aprenentatge autònom.
- Manejar les tècniques de comunicació a tots els nivells.
- Planificar i gestionar activitats partint de la qualitat i la sostenibilitat.
- Planificar, organitzar i coordinar el treball en equip, creant sinergies i sabent-se situar al lloc dels altres.
- Treball en grup.

Resultats d'aprenentatge

1. Demostrar un comportament responsable amb el medi ambient.
2. Desenvolupar una capacitat d'aprenentatge autònom.
3. Distingir, identificar i aplicar els conceptes de la direcció estratègica referent al producte i a l'empresa turística.
4. Identificar la base teòrica i conceptual de l'estratègia de l'empresa turística.
5. Manejar les tècniques de comunicació a tots els nivells.
6. Planificar i gestionar activitats partint de la qualitat i la sostenibilitat.
7. Planificar, organitzar i coordinar el treball en equip, creant sinergies i sabent-se situar al lloc dels altres.
8. Treball en grup.

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 DOCÈNCIA:

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

Activitats formatives

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

Avaluació

L'avaluació de l'assignatura s'efectuarà mitjançant la realització de dues proves escrites (30% +30% 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%).

Condicció *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.

Activitats d'avaluació

Títol	Pes	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Discussió de casos pràctics	20	2	0,08	1, 2, 3, 5, 6, 7, 8
Examen Teòric part 1	30	1	0,04	3, 4, 6
Examen teòric part 2	30	1	0,04	3, 4, 6
Presentació Treball	20	3	0,12	3, 4, 8

Bibliografia

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

CASANUEVA, C., GARCÍA DEL JUNCO, J. y CARO, FJ (2000): Organización y gestión de empresas turísticas. Ediciones Pirámide, Madrid.

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

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

MARTÍN ROJO, I. (2000): Dirección y gestión de empresas del sector turístico. Ediciones Pirámide, Madrid.

NAVAS, JE y GUERRAS, LA (2007): La dirección estratégica de la empresa. Teoría y aplicaciones. Editorial Civitas, Madrid.

VECIANA, J.M^a. (1999): Función directiva. Servicio de Publicaciones de la UAB, Bellaterra (Cerdanyola del Vallès).