

Innovació en Gestió Hotelera

Codi: 104961
Crèdits: 6

| Titulació | Tipus | Curs | Semestre |
|-----------------|-------|------|----------|
| 2500894 Turisme | OT | 4 | 0 |

Professor/a de contacte

Nom: Beatriz Santolalla García
Correu electrònic: Beatriz.Santolalla@uab.cat

Utilització d'idiomes a l'assignatura

Llengua vehicular majoritària: català (cat)
Grup íntegre en anglès: Sí
Grup íntegre en català: Sí
Grup íntegre en espanyol: Sí

Altres indicacions sobre les llengües

Grau de Turisme

Equip docent

Jordi Moguel Fernández
Deborah Carrer
Albert Labastida Noguera
Gerard Belenes Casas

Equip docent extern a la UAB

jordi.moguel@uab.cat; deborah.carrer@uab.cat; albert.labastida@uab.cat; gerard.belenes@uab.cat

Prerequisits

No hi ha prerequisits.

Objectius

La configuració de la planta hotelera actual a nivell mundial ha canviat molt substancialment als darrers anys per tal donar servei a un client que demanda una atenció personalitzada i adaptada a les seves necessitats actuals a qualsevol lloc del món.

Les tecnologies que han posat a l'abast de tothom destinacions llunyanes amb nous models de viatge, han provocat modificacions rellevants en les diferents formes de gestió de companyies hoteleres arreu del món i la recerca de noves estratègies de negoci en termes d'organització que els hi permeti la seva expansió.

Per tant, els grups hotelers han hagut de trobar diferents vies per a la gestió comercial, operativa, recursos humans, i jurídica que els permeti i faciliti la direcció de tots els establiments ubicats a qualsevol indret del món tot mantenint la seva identitat.

Al finalitzar l'assignatura l'alumne haurà de ser capaç de:

1. Identificar conceptes i elements de la direcció comercial (introducció, operativa i estratègia).
2. Analitzar estratègies. Processos de planificació. Viabilitat i sostenibilitat.
3. Relacionar internacionalització i globalització.
4. Distingir processos d'internacionalització. Models i tipologies. Anàlisis de casos.

Competències

- Argumentar de manera crítica, des de les diferents perspectives teòriques, ideològiques i de bones pràctiques, la realitat que envolta al sector turístic.
- Demostrar iniciativa i actitud emprenedora en la creació i la gestió d'empreses del sector turístic.
- Demostrar que coneix el funcionament i l'evolució de diversos models turístics per seleccionar el més idoni i aplicar-lo a l'entorn actual.
- 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.
- Demostrar un comportament ètic i d'adaptació a diferents contextos interculturals.
- Desenvolupar una capacitat d'aprenentatge autònom.
- Gestionar els recursos humans en les organitzacions turístiques.
- Identificar el marc legal que regula les activitats turístiques i les entitats que les desenvolupen.
- Innovar tant en la planificació i la comercialització turístiques com en la gestió d'organitzacions turístiques.
- 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.
- Prendre decisions en contextos d'incertesa i ser capaç d'avaluar i preveure les conseqüències d'aquestes decisions a curt, mitjà i llarg terminis.
- Proposar solucions alternatives i creatives a possibles problemes en l'àmbit de la gestió, la planificació, les empreses i els productes turístics.
- Tenir orientació de servei al client.
- Tenir visió de negoci, captar les necessitats del client i avançar-se als possibles canvis de l'entorn.
- Treball en grup.

Resultats d'aprenentatge

1. Aplicar el dret públic i privat als nous productes, activitats i altres formes de turisme.
2. Aplicar les diferents eines de gestió i planificació que permetin impulsar el desenvolupament del sector turístic.
3. Argumentar les bones pràctiques, les tendències i els plantejaments més actuals davant dels reptes que comporta el desenvolupament del turisme.
4. Demostrar un comportament responsable amb el medi ambient.
5. Demostrar un comportament ètic i d'adaptació a diferents contextos interculturals.
6. Desenvolupar una capacitat d'aprenentatge autònom.
7. Distingir les iniciatives, projectes turístics i negocis més rellevants i actuals per impulsar l'esperit emprenedor en la creació i la millora d'empreses i productes turístics.
8. Extrapolar experiències de l'estudi i l'exposició d'exemples i casos reals del sector turístic.
9. Gestionar els recursos humans en les organitzacions turístiques.
10. Identificar les bases que donen lloc a la creació de noves tendències al sector turístic.
11. Identificar les tendències més actuals i les millors pràctiques per innovar en la planificació, la direcció i la comercialització en entitats, productes i organitzacions turístiques.
12. Manejar les tècniques de comunicació a tots els nivells.

13. Planificar i gestionar activitats partint de la qualitat i la sostenibilitat.
14. Planificar, organitzar i coordinar el treball en equip, creant sinergies i sabent-se situar al lloc dels altres.
15. Prendre decisions en contextos d'incertesa i ser capaç d'avaluar i preveure les conseqüències d'aquestes decisions a curt, mitjà i llarg terminis.
16. Tenir orientació de servei al client.
17. Tenir visió de negoci, captar les necessitats del client i avançar-se als possibles canvis de l'entorn.
18. Treball en grup.

Continguts

El curs esta configurat per quatre grans mòduls per ca d'una de les diferents àrees de gestió/implementació a nivell internacional:

Mòdul Operacions i RRHH

1. Presentació i Introducció al mòdul d'Operacions i Recursos Humans. Evolució dels Grups Hotelers internacionals els últims 10 anys.
2. Estructura funcional de les Cadenes Hoteleres internacionals. Organigrama i funcions dels departaments.
3. Departament Operacions i Departament de RRHH. Eines per la satisfacció dels clients.
4. Programes de fidelització (Client Intern & Client Extern). Responsabilitat Social Corporativa.
5. Gestió dels RRHH. Filosofia d'empresa. Programes de promoció. Procés de selecció. Orientació-Trainings.

Mòdul Comercial

1. Introducció
2. El model comercial en grups internacionals d'hotels: anàlisis
 - Anàlisi PESTLE
 - Anàlisi SWOT
 - La distribució
 - Posicionament
3. Comercialització tradicional
 - Global Distribution Systems (GDS)
 - Agències de viatge (AAVV)
 - Turoperadors (TTOO)
 - Grups
 - Fires Internacionals de Turisme
4. Ventas Online
 - Online Travel agencies (OTA)
 - Website corporatiu (SEO i SEM)
 - Metabuscadors
- 5.- Gestió de l'experiència del client. Les xarxes socials i el món de les Reviews

Mòdul Jurídic

1. Models d'explotació hotelera en la implantació a altres països. Estudi particular del contracte de gestió hotelera i de franquícia hotelera.

Metodologia

L'assignatura funciona en base a tres metodologies d'ensenyament-aprenentatge:

- a) Metodologia de la part teòrica de l'assignatura: Explicacions presencials a l'aula dels diferents mòduls que seran impartits per un professional de la matèria.
- b) Metodologia de la part pràctica de l'assignatura: Realització i exposició (si s'escau) exercicis i activitats (individuals o en equip)
- c) Metodologia de la part no presencial de l'assignatura (Campus Virtual): La plataforma Virtual s'emprarà com a complement d'informació i mitjà de comunicació.

Activitats formatives

| Títol | Hores | ECTS | Resultats d'aprenentatge |
|-----------------------------|-------|------|-------------------------------|
| Tipus: Dirigides | | | |
| Classes teòriques | 65 | 2,6 | 1, 3, 8, 10, 11 |
| Tipus: Supervisades | | | |
| Tutories | 15 | 0,6 | 6, 13, 14, 15 |
| Tipus: Autònomes | | | |
| Exercicis / Estudi de Casos | 10 | 0,4 | 1, 2, 3, 6, 7, 10, 11, 12, 18 |

Avaluació

El sistema d'avaluació s'organitza en 4 mòduls amb el mateix valor en la configuració de la nota final. Així doncs, la nota global de l'assignatura es calcularà fent la mitjana aritmètica dels quatre mòduls a raó d'un 25% per cada un essent condició indispensable per poder fer la mitjana que en les quatre parts s'obtingui almenys una nota de 4.

TRES OPCIONS D'AVALUACIÓ

A) AVALUACIÓ CONTINUA:

L'avaluació continua de tots els mòduls s'organitza amb la realització d'activitats autònomes (pràctiques, comprensió de textos, treballs de grup i/o individuals, exposicions a l'aula, proves de consolidació, treballs de curs, etc.).

El professor/a de cada mòdul establirà al principi de curs la relació d'activitats a realitzar, dates i periodicitat del lliurament, avaluacions, etc. amb el percentatge d'incidència sobre la nota final de tots els continguts objecte d'avaluació continua.

Mòdul Operacions i RRHH

Assistència Classe: 20%

Cas pràctic Grupal : 40%

Avaluació individual : 30%

Participació Classe: 10%

Mòdul Comercial

50% Exercici grupal (màxim 3 persones) sobre les eines comercials de les cadenes d'hotels

25% Participació/preguntes individuals realitzades durant les classes

25% Treball individual sobre els "key learnings" adquirits per l'alumne

Mòdul Jurídic

Per tal de superar l'avaluació contínua, el alumnes hauran de lliurar un treball grupal de caràcter pràctic al finalitzar aquest mòdul, i que estarà relacionat amb algun dels aspectes assenyalats en el temari. En aquest sentit, durant el període de classe, els alumnes:

1. Seran guiats pel professor per tal de supervisar la seva feina i resoldre dubtes i preguntes.
2. Hauran de realitzar exercicis relacionats amb el cas pràctic i participaran activament en els debats de classe.

La nota d'aquest mòdul s'establirà al 100 % segons el resultat obtingut en la realització del treball escrit de caràcter grupal abans mencionat.

Els alumnes que no superin l'assignatura, mitjançant l'avaluació contínua, passaran a ser avaluats pel sistema d'avaluació única, no tenint en compte cap de les notes obtingudes.

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 3,5 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.

Activitats d'avaluació

| Títol | Pes | Hores | ECTS | Resultats d'aprenentatge |
|-------------------------|-----|-------|------|--------------------------------------|
| Mòdul Comercial | 25 | 15 | 0,6 | 2, 5, 6, 7, 8, 10, 11, 15, 17, 18 |
| Mòdul Jurídic | 25 | 15 | 0,6 | 1, 3, 4, 6, 7, 8, 12, 13, 18 |
| Mòdul Operacions & RRHH | 50 | 30 | 1,2 | 2, 3, 6, 7, 8, 9, 10, 12, 14, 16, 18 |

Bibliografia

- La que sigui lliurada a l'alumne directament per cada professor.
- Rey Moreno, M. (2015). Dirección de marketing turístico, Ed: Pirámide (Capítulo 7, Distribución e intermediación turística)
- Rodríguez Antón, J.A, Alonso Almedia, M.^a del Mar (2014), Organización y dirección de empresas hoteleras, Ed: Síntesis

- Fernández Casado, A (2014). Manual práctico de dirección de hoteles, marketing y ventas online del siglo XXI
- Franch Fluxà, J. (2015). *Manual de contratación turística*. Barcelona: Atelier.
- Barba de Vega, J. y Calzada Conde, M.^a A. (2015), *Introducción al Derecho Privado del Turismo*. Cizur Menor: Aranzadi.
- Bercovitz Rodríguez-Cano, R. (Dir.) (2013), *Tratado de Contratos*, Vols. I a V. Valencia: Tirant lo Blanch.
- Barth, S.C. i Hayes, D.K. (2009). *Hospitality Law: Managing Legal Issues in the Hospitality Industry*. New Jersey: Wiley.
- Morris, K.L., Cournoyer, N.G i Marshall, A.G. (2008). *Hotel, Restaurant and Travel Law : A Preventive Approach*. New York: Delmar.