

Innovación en Gestión Hotelera

Código: 104961
Créditos ECTS: 6

Titulación	Tipo	Curso	Semestre
2500894 Turismo	OT	4	0

Contacto

Nombre: Beatriz Santolalla García
Correo electrónico: Beatriz.Santolalla@uab.cat

Uso de idiomas

Lengua vehicular mayoritaria: catalán (cat)
Algún grupo íntegramente en inglés: Sí
Algún grupo íntegramente en catalán: Sí
Algún grupo íntegramente en español: Sí

Otras observaciones sobre los idiomas

Grau de Turisme

Equipo docente

Jordi Moguel Fernández
Deborah Carrer
Albert Labastida Noguera
Gerard Belenes Casas

Equipo docente externo a la UAB

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

Prerequisitos

No hay prerequisites.

Objetivos y contextualización

La configuración de la planta hotelera actual a nivel mundial ha cambiado sustancialmente en los últimos años para dar así servicio a un cliente que solicita una atención personalizada y adaptada a sus necesidades actuales en cualquier lugar del mundo.

Las tecnologías que han puesto al alcance de todos destinos lejanos con nuevos modelos de viaje, han provocado modificaciones relevantes en las diferentes formas de gestión de compañías hoteleras en todo el mundo y la búsqueda de nuevas estrategias de negocio en términos de organización que les permita su expansión.

Por tanto, los grupos hoteleros han tenido que vehicular diferentes vías para la gestión comercial, operativa, recursos humanos, y jurídica que les permita y facilite la dirección de todos sus establecimientos ubicados en cualquier lugar del mundo sin que por ello deban perder su identidad.

Al finalizar la asignatura el alumno deberá ser capaz de:

1. Identificar conceptos y elementos de la dirección comercial (introducción, operativa y estrategia).
2. Analizar estrategias. Procesos de planificación. Viabilidad y sostenibilidad.
3. Relacionar internacionalización y globalización.
4. Distinguir procesos de internacionalización. Modelos y tipologías. Análisis de casos.

Competencias

- Argumentar de forma crítica desde las diferentes perspectivas teóricas, ideológicas y de buenas prácticas, la realidad que rodea al sector turístico.
- Demostrar iniciativa y actitud emprendedora en la creación y gestión de empresas del sector turístico.
- Demostrar que conoce el funcionamiento y la evolución de diversos modelos turísticos para seleccionar el más idóneo y aplicarlo en el entorno actual.
- Demostrar que conoce y comprende los principios básicos del turismo en todas sus dimensiones y áreas.
- Demostrar un comportamiento responsable con el medioambiente.
- Demostrar un comportamiento ético y de adaptación a distintos contextos interculturales.
- Desarrollar una capacidad de aprendizaje de forma autónoma.
- Gestionar los recursos humanos en las organizaciones turísticas.
- Identificar el marco legal que regula las actividades turísticas y a las entidades que las desarrollan.
- Innovar tanto en la planificación y comercialización turística como en la gestión de organizaciones turísticas.
- Manejar las técnicas de comunicación a todos los niveles.
- Planificar y gestionar actividades en base a la calidad y sostenibilidad.
- Planificar, organizar y coordinar el trabajo en equipo, creando sinergias y sabiendo situarse en el lugar de los otros.
- Proponer soluciones alternativas y creativas a posibles problemas en el ámbito de la gestión, la planificación, las empresas y los productos turísticos.
- Tener orientación de servicio al cliente.
- Tener visión de negocio, captar las necesidades del cliente y avanzarse a los posibles cambios del entorno.
- Tomar decisiones en contextos de incertidumbre así como ser capaz de evaluar y prever las consecuencias de estas decisiones a corto, medio y largo plazo.
- Trabajo en grupo.

Resultados de aprendizaje

1. Aplicar el derecho público y privado a los nuevos productos, actividades y otras formas de turismo.
2. Aplicar las distintas herramientas de gestión y planificación que permitan impulsar el desarrollo del sector turístico.
3. Argumentar las buenas prácticas, las tendencias y los planteamientos más actuales ante los retos que el desarrollo del turismo comporta.
4. Demostrar un comportamiento responsable con el medioambiente.
5. Demostrar un comportamiento ético y de adaptación a distintos contextos interculturales.
6. Desarrollar una capacidad de aprendizaje de forma autónoma.
7. Distinguir las iniciativas, proyectos turísticos y negocios más relevantes y actuales con el objeto de impulsar el espíritu emprendedor en la creación y mejora de empresas y productos turísticos.
8. Extrapolar experiencias del estudio y exposición de ejemplos y casos reales del sector turístico.
9. Gestionar los recursos humanos en las organizaciones turísticas.
10. Identificar las bases que dan lugar a la creación de nuevas tendencias en el sector turístico.

11. Identificar las tendencias más actuales y las mejores prácticas para innovar en la planificación, dirección y comercialización en las entidades, productos y organizaciones turísticas.
12. Manejar las técnicas de comunicación a todos los niveles.
13. Planificar y gestionar actividades en base a la calidad y sostenibilidad.
14. Planificar, organizar y coordinar el trabajo en equipo, creando sinergias y sabiendo situarse en el lugar de los otros.
15. Tener orientación de servicio al cliente.
16. Tener visión de negocio, captar las necesidades del cliente y avanzarse a los posibles cambios del entorno.
17. Tomar decisiones en contextos de incertidumbre así como ser capaz de evaluar y prever las consecuencias de estas decisiones a corto, medio y largo plazo.
18. Trabajo en grupo.

Contenido

El curso está configurado por cuatro grandes módulos para cada una de una de las diferentes áreas de gestión / implementación a nivel internacional:

Módulo Operaciones y RRHH

1. Presentación e Introducción al módulo de Operaciones y Recursos Humanos. Evolución de los Grupos Hoteleros internacionales los últimos 10 años.
2. Estructura funcional de las Cadenas Hoteleras internacionales. Organigrama y funciones de los departamentos.
3. Departamento Operaciones y Departamento de RRHH. Herramientas para la satisfacción de los clientes.
4. Programas de fidelización (Cliente Interno & Cliente Externo). Responsabilidad Social Corporativa.
5. Gestión de los RRHH. Filosofía de empresa. Programas de promoción. Proceso de selección. Orientación-Trainings.

Módulo Comercial

1. Introducción
2. El modelo comercial en grupos internacionales de hoteles: análisis
 - Análisis PESTLE
 - Análisis SWOT
 - La distribución
 - Posicionamiento
3. Comercialización tradicional
 - Global Distribution Systems (GDS)
 - Agencias de viaje (AAVV)
 - Turoperadores (TTOO)
 - Grupos
 - Ferias Internacionales de Turismo

4. Ventas Online

- Online Travel agencias (OTA)
- Website corporativo (SEO y SEM)
- Metabuscadore

5. Gestión de la experiencia del cliente. Las redes sociales y el mundo de las Reviews

Módulo Jurídico

1. Modelos de explotación hotelera en la implantación en otros países. Estudio particular del contrato de gestión hotelera y de franquicia hotelera

Metodología

La asignatura funciona en base a tres metodologías de enseñanza-aprendizaje:

- a) Metodología de la parte teórica de la asignatura: Explicaciones presenciales en el aula de los diferentes módulos que serán impartidos por un profesional de la materia.
- b) Metodología de la parte práctica de la asignatura: Realización y exposición (en su caso) ejercicios y actividades (individuales o en equipo)
- c) Metodología de la parte no presencial de la asignatura (Campus Virtual): La plataforma Virtual empleará como complemento de información y medio de comunicación.

Actividades

Título	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Tipo: Dirigidas			
Clases teoricas	65	2,6	1, 3, 8, 10, 11
Tipo: Supervisadas			
Tutories	15	0,6	6, 13, 14, 17
Tipo: Autónomas			
Ejercicios y estudio de casos	10	0,4	1, 2, 3, 6, 7, 10, 11, 12, 18

Evaluación

El sistema de evaluación se organiza en 4 módulos con el mismo valor en la configuración de la nota final. Así pues, la nota global de la asignatura se calculará haciendo la media aritmética de los cuatro módulos a razón de un 25% para cada uno siendo condición indispensable para poder hacer la media que en las cuatro partes obtenga al menos una nota de 4.

TRES OPCIONES DE EVALUACIÓN

A) EVALUACIÓN CONTINUA:

La evaluación continua de todos los módulos se organiza con la realización de actividades autónomas (prácticas, comprensión de textos, trabajos de grupo y / o individuales, exposiciones en el aula, pruebas de consolidación, trabajos de curso, etc.).

El profesor / a de cada módulo establecerá al principio de curso la relación de actividades a realizar, fechas y periodicidad de la entrega, evaluaciones, etc. con el porcentaje de incidencia sobre la nota final de todos los contenidos objeto de evaluación continua.

Módulo Operaciones y RRHH

- Asistencia Clase: 20%
- Caso práctico Grupal: 40%
- Evaluación individual: 30%
- Participación Clase: 10%

Módulo Comercial

- 50% Ejercicio grupal (máximo 3 personas) sobre las herramientas comerciales de las cadenas de hoteles
- 25% Participación / preguntas individuales realizadas durante las clases
- 25% Trabajo individual sobre los "key Learning" adquiridos por el alumno

Módulo Jurídico

Para superar la evaluación continua, el alumnos deberán entregar un trabajo grupal de carácter práctico al finalizar este módulo, y que estará relacionado con alguno de los aspectos señalados en el temario. En este sentido, durante el periodo de clase, los alumnos:

1. Serán guiados por el profesor para supervisar su trabajo y resolver dudas y preguntas.
2. Deberán realizar ejercicios relacionados con el caso práctico y participarán activamente en los debates de clase.

La nota de este módulo se establecerá al 100% según el resultado obtenido en la realización del trabajo escrito de carácter grupal antes mencionado.

Los alumnos que no superen la asignatura, mediante la evaluación continua, pasarán a ser evaluados por el sistema de evaluación única, no teniendo en cuenta ninguna de las notas obtenidas

B) EVALUACIÓN ÚNICA: Examen final (toda la materia).

Día y hora establecidos, según calendario académico, a la Programación Oficial del Centro (EUTDH).

Habrá un único tipo de examen final, no habiendo diferencia entre los alumnos que no hayan superado satisfactoriamente la evaluación continua y aquellos que no lo hayan seguido.

C) RE-EVALUACIÓN:

Día y hora establecidos, según calendario académico, a la Programación Oficial del Centro (EUTDH).

Dirigida a los alumnos que en la evaluación final hayan obtenido una nota igual o superior a 3,5 y menor de 5, se podrán presentar al examen de re-evaluación para poder superar la asignatura. La calificación máxima de esta re-evaluación no superará el 5 como nota final.

Actividades de evaluación

Título	Peso	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Módulo Comercial	25	15	0,6	2, 5, 6, 7, 8, 10, 11, 17, 16, 18
Módulo Jurídico	25	15	0,6	1, 3, 4, 6, 7, 8, 12, 13, 18
Módulo Operaciones & RRHH	50	30	1,2	2, 3, 6, 7, 8, 9, 10, 12, 14, 15, 18

Bibliografía

La que sea entregada al alumno directamente por cada profesor.

- 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., Courmoyer, N.G i Marshall, A.G. (2008). *Hotel, Restaurant and Travel Law : A Preventive Approach*. New York: