

**Direcció Estratègica**

Codi: 43408  
Crèdits: 6

Titulació	Típus	Curs	Semestre
4314928 Gestió d'Empreses Hoteleres	OB	0	1

**Professor/a de contacte**

Nom: Víctor Giménez García

Correu electrònic: Victor.Gimenez@uab.cat

**Equip docent**

Daniel Blabia Girau

Carlos Guallarte Nuez

Santiago Guerrero Boned

Joan Lluís Capelleras Segura

David Urbano

**Utilització d'idiomes a l'assignatura**

Llengua vehicular majoritària: espanyol (spa)

**Equip docent extern a la UAB**

Albert Grau

Federico Holzman

Pau Morata

Pilar Malagarriga

**Prerequisits**

No s'exigeix cap prerequisit per cursar aquesta assignatura.

**Objectius**

La posada en operació de les estratègies de negocis és un element clau perquè una organització abast resultats òptims. El desenvolupament i l'aplicació de plans estratègics s'ha convertit en un element clau d'èxit per a la gestió de les empreses hoteleres, molt especialment després de l'augment de la globalització i l'augment de la competència que s'ha originat. Aquest mòdul aborda la complexitat d'aquest procés i proporciona les eines necessàries per dissenyar plans estratègics hotelers i aconseguir la seva adequada instrumentació. Així mateix, s'examina la capacitat de les organitzacions per crear un avantatge competitiu sostenible. L'objectiu és optimitzar la capacitat dels estudiants de pensar estratègicament i de diagnosticar situacions des d'una perspectiva estratègica.

Els objectius són:

- Comprendre la importància de la formulació estratègica

- Conèixer l'entorn actual del sector hotelier internacional i realitzar una anàlisi del mateix
- Analitzar la viabilitat d'un projecte hotelier
- Identificar les estratègies dels grups hotelers
- Comprendre els elements claus de l'estratègia d'expansió i de asset management
- Formular i presentar un pla estratègic
- Desenvolupar la capacitat d'emprenedoria i Intraemprendimiento
- Analitzar i formular estratègies de Responsabilitat Social Corporativa

## Competències

- Demostrar una visió global i integradora de l'entorn socioeconòmic mundial i avançar les seves implicacions en la gestió hotelera.
- Desenvolupar habilitats directives i de lideratge.
- Dominar els coneixements i les eines de la gestió hotelera avançada.
- Establir en la gestió una orientació a la qualitat i la responsabilitat social corporativa.
- Fer una estratègia i la seva implementació en gestió dels recursos humans.
- Formular plans estratègics corporatius a partir de la identificació i anàlisi de les variables rellevants de l'entorn i de les capacitats i recursos corporatius.
- Generar idees i solucions innovadores i competitives.
- Identificar i relacionar indicadors amb els quals elaborar informes per a la presa de decisions.
- Que els estudiants siguin capaços d'integrar coneixements i enfrontar-se a la complexitat de formular judicis a partir d'una informació que, tot i ser incompleta o limitada, inclogui reflexions sobre les responsabilitats socials i ètiques vinculades a l'aplicació dels seus coneixements i judicis.
- Que els estudiants sàpiguen comunicar les seves conclusions, així com els coneixements i les raons últimes que les fonamenten, a públics especialitzats i no especialitzats d'una manera clara i sense ambigüitats.
- Que els estudiants tinguin les habilitats d'aprenentatge que els permetin continuar estudiant, en gran manera, amb treball autònom a autodirigit.
- Treballar en equips de caràcter interdisciplinari.

## Resultats d'aprenentatge

1. Conèixer en profunditat l'entorn hotelier internacional.
2. Conèixer i emprar les eines per aplicar la responsabilitat social corporativa.
3. Desenvolupar habilitats directives i de lideratge.
4. Desenvolupar un pla estratègic complet d'una organització hotelera complexa.
5. Distingir els avantatges i els inconvenients de cadascuna de les estratègies d'expansió hotelera.
6. Distingir els elements de la direcció estratègica en el sector hotelier.
7. Dominar els instruments per implementar estratègies de manera efectiva.
8. Dominar les estratègies d'expansió per a una cadena hotelera.
9. Fer una anàlisi externa de manera rigorosa.
10. Generar idees i solucions innovadores i competitives.
11. Gestionar l'impacte multicultural en la gestió hotelera.
12. Identificar els casos més recents d'èxit de classe mundial al sector hotelier i els seus factors clau.
13. Identificar i formular les diferents estratègies hoteleres.
14. Identificar i relacionar indicadors amb els quals elaborar informes per a la presa de decisions.
15. Identificar les claus de les principals estratègies hoteleres.
16. Mesurar l'impacte de la legislació local en la formulació d'estratègies d'expansió.
17. Que els estudiants siguin capaços d'integrar coneixements i enfrontar-se a la complexitat de formular judicis a partir d'una informació que, tot i ser incompleta o limitada, inclogui reflexions sobre les responsabilitats socials i ètiques vinculades a l'aplicació dels seus coneixements i judicis.
18. Que els estudiants sàpiguen comunicar les seves conclusions, així com els coneixements i les raons últimes que les fonamenten, a públics especialitzats i no especialitzats d'una manera clara i sense ambigüitats.
19. Que els estudiants tinguin les habilitats d'aprenentatge que els permetin continuar estudiant, en gran manera, amb treball autònom a autodirigit.
20. Reconèixer els factors de posicionament hotelier.

21. Treballar en equips de caràcter interdisciplinari.
22. Valorar la importància de la qualitat com a estratègia diferenciadora.
23. Valorar la importància de la responsabilitat social corporativa en les empreses hoteleres.

## Continguts

1. Emprenedoria i intra-emprenedoria en el sector hotelier
2. El procés de formulació i implementació d'un pla estratègic per a una empresa hotelera
3. Entorn hotelier i política turística. Anàlisi d'alternatives estratègiques hoteleres. Casos d'èxit internacionals.
4. Anàlisi de viabilitat de nous projectes
5. Disseny d'estructures organitzatives per als diferents conceptes hotelers
6. Estratègies d'expansió, *outsourcing* i *asset management* en el sector hotelier
7. La gestió de la responsabilitat social corporativa (RSC)

## Metodologia

La metodologia docent està basada en diferents activitats:

- Classes magistrals on els professors exposaran els temes generals, es resoldran / discutiran casos / exercicis i es realitzaran debats entre estudiants sobre temes exposats i prèviament llegits o explicats
- Proves escrites (examen)
- Proves orals de presentació de casos i treballs sol·licitats
- Tutories personalitzades amb el professor, tant individuals com grupals

## Activitats formatives

Títol	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Tipus: Dirigides			
Classes magistrals	45	1,8	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23
Tipus: Supervisades			
Casos d'estudi	26	1,04	3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21
Tipus: Autònomes			
Estudi, preparació casos i proves	75	3	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23

## Avaluació

L'assistència a les sessions lectives és obligatòria amb un mínim requerit del 80%. En cas de no superar-se el mòdul, els estudiants podran presentar-se a un examen de recuperació sempre que la nota obtinguda hagi estat de, almenys, un 3.5.

## Activitats d'avaluació

Títol	Pes	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Examen	30%	2	0,08	1, 2, 3, 5, 6, 7, 8, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 20, 22, 23
Presentació treball 1	45%	1	0,04	1, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 11, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22
Presentació treball 2	25%	1	0,04	3, 4, 6, 9, 10, 13, 18, 20, 21

## Bibliografia

- DRUCKER, P. F. (2002). La Gerencia en la Sociedad Futura. Colombia. Editorial Norma.
- GHEMAWAT, P. (2000). La Estrategia en el Panorama del Negocio. Textos y Casos. México, Pearson Educación.
- GRANT, R.M. (2014). Dirección estratégica. Civitas Thomson Reuters, 5ª ed. Madrid.
- GRANT, R.M. (2014). Dirección estratégica. Civitas Thomson Reuters, 5ª ed. Madrid.
- GUERRAS, L.A. y NAVAS, J.E. (2015). La dirección estratégica de la empresa. Teoría y aplicaciones. Civitas Thomson Reuters, 5ª ed. Madrid.
- HILL CHARLES W.L. (2001). Negocios Internacionales. Competencia en un Mercado Global. 3ra Edición. México, Editorial McGraw-Hill.
- JOHNSON, G. y SCHOLLES, K. (2001). Dirección Estratégica. Madrid. Prentice Hall, 2001
- KALAKOTA, R. y ROBINSON, M. (2001). Del E-Commerce al E-Business. El Siguiete Paso. México, Pearson Educación.
- KAPLAN, R. S. y NORTON, D.P. (2001). Cómo Utilizar el Cuadro de Mando Integral para Implementar y Gestionar su Estrategia. Barcelona, Editorial Gestión 2000.