

Direcció Estratègica i Comercial d'Hotels

Codi: 103733

Crèdits: 6

Titulació	Tipus	Curs	Semestre
2502904 Direcció Hotelera	OT	4	0

La metodologia docent i l'avaluació proposades a la guia poden experimentar alguna modificació en funció de les restriccions a la presencialitat que imposin les autoritats sanitàries.

Professor/a de contacte

Nom: Laura Lizbeth Martínez Almuina

Correu electrònic: LauraLizbeth.Martinez@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

Equip docent

Magdalena Cayón Costa

Prerequisits

No hi ha prerequisits.

Objectius

Al finalitzar l'assignatura l'alumne/a serà capaç de:

1. Saber fer un anàlisi estratègica
2. Saber tria una estratègia entre diferents opcions estratègiques
3. Saber aplicar els factors determinants per l'èxit de la implantació d'una estratègia.
4. Desenvolupar els coneixements tècnics, estratègics en noves tendències així com les habilitats personals per formar-te com a directiu innovador capaç d'afrontar reptes en nous entorns
5. Desenvolupar tècniques, destreses i coneixements en la direcció comercial sobre els nous escenaris hotelers i mercats emergents.

Competències

- Analitzar, formular i implantar l'estratègia general d'una organització, així com les polítiques d'actuació de les diferents àrees funcionals del sector de l'hoteleria i la restauració.
- Analitzar, sintetitzar i avaluar la informació.
- Definir i aplicar els objectius, les estratègies i les polítiques comercials a les empreses d'hoteleria i de restauració.
- Desenvolupar una capacitat d'aprenentatge autònom.
- Gestionar i organitzar el temps.
- Ser capaç de buscar informació rellevant de manera eficient.

Resultats d'aprenentatge

1. Analitzar i implantar un sistema de màrqueting adequat a les necessitats del sector de l'hoteleria i de la restauració.
2. Analitzar, sintetitzar i avaluar la informació.
3. Capacitat de coordinar objectius i polítiques comercials estratègiques i operatives.
4. Desenvolupar una capacitat d'aprenentatge autònom.
5. Gestionar i organitzar el temps.
6. Interpretar i aplicar els plans generals de l'empresa o entitat i concretar-los en accions d'informació i comercialització.
7. Ser capaç de buscar informació rellevant de manera eficient.

Continguts

DIRECCIÓ ESTRATÈGICA

1. ANÀLISI ESTRATÈGICA:

1.1 Anàlisi de l'entorn

1.2 Anàlisi dels recursos i de la capacitat estratègica

1.3 Anàlisi de la cultura i expectatives dels *stakeholders*

Presentacions dels casos treballats a l'aula i horaris de l'assignatura

1. TRIA ESTRATÈGICA

2.1 Les opcions estratègiques

2.2 Valoració de la conveniència de les estratègies

2.3 Presa de decisions.

Presentacions dels casos treballats a l'aula i horaris de l'assignatura

1. IMPLEMENTACIÓ EESTRATÈGICA

3.1 Planificació i assignació de recursos

3.2 Estructura i disseny de l'organització

3.3 La direcció de canvi estratègic

Presentacions dels casos treballats a l'aula i horaris de l'assignatura

DIRECCIÓ COMERCIAL D'HOTELS

1. DIRECCIÓ I GESTIÓ COMERCIAL

1.1 Conceptes clau en la direcció comercial i evolució del comerç

1.2 Fases de la direcció comercial internacional / Internacionalització de la comercialització

1.3 Aliances comercials

1.4 Comunicació comercial en les organitzacions

1.5 Gestió de l'experiència del client

1.6 Intermediació directiva

1.7 Revenue management

Presentacions dels casos pràctics a l'aula i horaris de l'assignatura

2.- EL COMERÇ EN UN MÓN HIPERCONNECTAT

2.1 Estratègies "mobile"

2.2 El marketplace: noves fórmules de ecommerce.

2.3 Comercialització en entorns actuals

2.4 Ús d'eines comercials i de màrqueting centrades al client: SEO/SEM , email màrqueting, MICE, web, CRM, paquetització, social media i la reputació online.

Presentacions dels casos pràctics a l'aula i horaris de l'assignatura.

3.- TENDÈNCIES:

3.1 Evolució hotelera al segle XXI : Hotels SMART

Presentacions dels casos pràctics a l'aula i horaris de l'assignatura

Metodologia

Les sessions es desenvoluparan a través de l'exposició i debat dels conceptes principals i s'aprofundiran a través de les presentacions en grup dels diferents casos pràctics proposats, amb el suport del material disponible al campus virtual de l'assignatura.

La part de direcció comercial adapta la metodologia d'aprenentatge "Learning by doing" i gràcies a la cooperació Universitat - Empresa, s'implementa el desenvolupament d'un projecte real o "Live Project", amb l'objectiu acostar a l'alumne a les necessitats actuals del sector. En les sessions es treballa i analitza en equips una àrea d'oportunitat a resoldre dividida en diferents objectius i fases, aquesta és presentada per un integrant de l'empresa que actua com a comitent, el qual dóna seguiment a cada fase i/o activitat presentada pels alumnes al llarg de les sessions. El desenvolupament i resolució sol donar-se en tres fases, encara que pot variar, perquè es crea a mesura per a cada projecte.

Activitats formatives

Títol	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Tipus: Dirigides			
Classes teòriques	14	0,56	1, 2, 3, 5, 6, 7
Presentació pública de treballs	14	0,56	1, 2, 3, 6, 7
Resolució casos pràctics	14	0,56	1, 2, 3, 5, 6
Tipus: Supervisades			
Tutories	5	0,2	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7
Tipus: Autònomes			
Elaboració de treballs	33	1,32	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7
Estudi	32	1,28	2, 4, 5, 6, 7
Resolució casos pràctics	32	1,28	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7

Avaluació

L'avaluació d'aquesta assignatura consta del següent sistema:

A) AVALUACIÓ CONTINUA:

La nota global de l'assignatura es calcularà com a nota mitjana aritmètica de les dues parts: 50% de la nota de Direcció Estratègica + 50% de la nota de Direcció Comercial, essent condició indispensable per poder fer la mitjana que en les dues parts s'obtingui almenys una nota de 5.

En les dues parts es portarà a terme una avaluació continuada:

1.-DIRECCIÓ ESTRATÈGICA:

La nota d'aquesta part es calcularà com a nota mitjana aritmètica entre les 3 activitats obligatòries que l'alumne presentarà en el calendari indicat.

2.-DIRECCIÓ COMERCIAL:

La nota d'aquesta part es calcularà com a nota mitjana aritmètica entre les 3 activitats obligatòries que l'alumne presentarà en el calendari indicat.

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
Desenvolupament d'1 cas pràctic: aplicació dels continguts a una empresa real existent (distribuït en 3 lliuraments) Direcció estratègica	50%	3	0,12	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7
Desenvolupament d'1 cas pràctic: Live Project aplicació dels continguts a una empresa real existent (distribuït en 3 lliuraments) Direcció comercial	50%	3	0,12	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7

Bibliografia

Baixas Calafell, M. (2020). *El gran libro de los negocios online: Todo lo que necesitas saber y hacer para idear, desarrollar y comercializar tu negocio online*. Deusto.

Camisón, C. (1996). "Total quality management in hospitality: an application of the EFQM model". *Tourism Management*, 17(3): 191-201.

Claver, E., Tarí, JJ, Pereira, J. (2006). "Does quality impact on hotel performance?" *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 18(4): 350-358.

Johnson, S. (2016). *¿Quién se ha llevado mi queso?: Cómo adaptarnos en un mundo en constante cambio*. Empresa Activa; 3ª Edición.

Johnson, G., Scholes, K. (1993). *Exploring corporate strategy*. Prentice Hall.

Kim, W.C. (2017). *Las claves de la Estrategia del Océano Azul*. Profit Editorial.

Laloux, F. (2016). *Reinventar las organizaciones*. Barcelona: Arpa editores.

Masters, B., Thiel, P. (2014). *Zero to One: Notes on Start Ups, or How to Build the Future*. Virgin Digital.

Michelli, J.A. (2007). *Experiencia Starbucks*. Ediciones Granica, S.A.

Osterwalder, A., Pigneur Y. (2011). *Generación de modelos de negocio*. Deusto.

Osterwalder, A., Bernarda, G., Pigneur, Y., Smith ,A. (2015). *Diseñando la propuesta de valor: Cómo crear los productos y servicios que tus clientes están esperando*. Deusto.

Ries, E. (2012). *El método Lean Startup: Cómo crear empresas de éxito utilizando la innovación continua*. Deusto.

Thiel, P. (2015). *De cero a uno: Cómo inventar el futuro*. Gestión 2000.