

## Introducción a la Empresa Turística

Código: 104949  
Créditos ECTS: 6

Titulación	Tipo	Curso	Semestre
2500894 Turismo	FB	1	2

La metodología docente y la evaluación propuestas en la guía pueden experimentar alguna modificación en función de las restricciones a la presencialidad que impongan las autoridades sanitarias.

### Contacto

Nombre: Eduardo Rodes Mayor

Correo electrónico: Eduardo.Rodes@uab.cat

### Uso de idiomas

Lengua vehicular mayoritaria: español (spa)

Algún grupo íntegramente en inglés: Sí

Algún grupo íntegramente en catalán: No

Algún grupo íntegramente en español: Sí

### Prerequisitos

no existen prerequisitos.

### Objetivos y contextualización

Esta asignatura es la primera de las que se incluyen en el Grado de Turismo sobre dirección y gestión de empresas. La asignatura se inicia con el concepto, elementos y clases de empresas. A continuación, se estudian la función y tareas directivas. Los aspectos relativos a la estrategia empresarial se tratan a continuación y se desarrollan a partir del análisis estratégico (tanto interna como externa) y de las tipologías estratégicas (tanto en el nivel competitivo como en el nivel corporativo). A lo largo de la asignatura se hace hincapié en las empresas u organizaciones que están relacionadas con las diversas actividades turísticas. Asimismo, se combinan los contenidos teóricos con diversas actividades prácticas.

Al finalizar la asignatura el alumno será capaz de:

1. Comprender los aspectos fundamentales relacionados con la empresa y la función directiva, con especial énfasis en las diversas empresas turísticas.
2. Conocer y entender los conceptos y las técnicas relativas a la dirección estratégica de la empresa y su aplicación en el ámbito turístico.
3. Emprendeduría e innovación. Para fomentar el espíritu emprendedor de los estudiantes, se trabajará y discutirá sobre la orientación emprendedora en el marco de la función directiva y la estrategia empresarial. Asimismo, durante el curso se analizará algún caso práctico que trate la creación y desarrollo de una empresa del ámbito turístico. Por último, la realización del trabajo sobre una empresa turística real por parte de los estudiantes incluirá el análisis de su creación y posterior evolución

### Competencias

- Aplicar los conceptos relacionados con los productos y empresas turísticas (económico-financiero, recursos humanos, política comercial, mercados, operativo y estratégico) en los diferentes ámbitos del sector.

- Demostrar que conoce y comprende los principios básicos del turismo en todas sus dimensiones y áreas.
- Demostrar un comportamiento responsable con el medioambiente.
- Desarrollar una capacidad de aprendizaje de forma autónoma.
- 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.
- Trabajo en grupo.

## **Resultados de aprendizaje**

1. Demostrar un comportamiento responsable con el medioambiente.
2. Desarrollar una capacidad de aprendizaje de forma autónoma.
3. Distinguir, identificar y aplicar los conceptos de la dirección estratégica en lo referente al producto y empresa turística.
4. Identificar la base teórica y conceptual de la estrategia de la empresa turística.
5. Manejar las técnicas de comunicación a todos los niveles.
6. Planificar y gestionar actividades en base a la calidad y sostenibilidad.
7. Planificar, organizar y coordinar el trabajo en equipo, creando sinergias y sabiendo situarse en el lugar de los otros.
8. Trabajo en grupo.

## **Contenido**

1. La empresa.
  - 1.1. Concepto de empresa.
  - 1.2. Elementos y funciones de la empresa.
  - 1.3. Clases de empresas. Las empresas turísticas. Creación de Valor y beneficios de la empresa. Caso práctico sobre las funciones de una empresa turística
2. La función directiva.
  - 2.1. Concepto y clases de dirección.
  - 2.2. Tareas fundamentales de dirección
  - 2.3. Tareas instrumentales de dirección. El empresario.
3. La estrategia de la empresa.
  - 3.1. Concepto y elementos de la estrategia.
  - 3.2. Diferentes niveles de la estrategia.
  - 3.3. El proceso de formulación de la estrategia. Caso práctico para comprender como una empresa turística plantea su estrategia
4. Análisis interno.
  - 4.1. Análisis funcional y perfil estratégico.
  - 4.2. La cadena de valor.
  - 4.3. Análisis de los recursos y capacidades.

5. Análisis del entorno.
  - 5.1. Análisis del entorno general.
  - 5.2. Análisis del entorno específico.
  - 5.3. Tendencias actuales en el ámbito turístico. Caso práctico sobre la aplicación del análisis de cinco fuerzas de Porter en el sector turístico.
6. Estrategias competitivas.
  - 6.1. Naturaleza y fuentes de la ventaja competitiva.
  - 6.2. Estrategias competitivas genéricas.
  - 6.3. Estrategias según el ciclo de vida del sector.
7. Estrategias corporativas.
  - 7.1. Direcciones del desarrollo estratégico.
  - 7.2. Estrategias de diversificación y de integración vertical.
  - 7.3. Estrategias de internacionalización y cooperación.

## **Metodología**

Durante el curso se combinarán las clases de carácter teórico (clases magistrales) con las sesiones de prácticas (casos prácticos), durante las cuales se fomentará la participación y el trabajo en equipo por parte de los estudiantes. Asimismo, los alumnos deberán realizar un trabajo en grupo sobre una empresa turística real, en cuyo marco se llevarán a cabo un trabajo de campo y una presentación pública de los contenidos más relevantes.

Planificación:

SEMANA	TEMA	MÉTODO	
1, 2	La empresa	Clase magistral y casos prácticos	€
3, 4	La función directiva	Clase magistral y casos prácticos	€
5, 6	La estrategia de la empresa	Clase magistral y casos prácticos, tutorías	€
7, 8	análisis interno	Clase magistral y casos prácticos	€
9, 10	Análisis del entorno	Clase magistral y casos prácticos	€
11, 12	Estrategias competitivas	Clase magistral y casos prácticos	€

13, 14	Estrategias corporativas	Clase magistral y casos prácticos, tutorías	6
15	Trabajos en grupo	Presentaciones	6

## Actividades

Título	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
<b>Tipo: Dirigidas</b>			
Clases teóricas	35	1,4	1, 4, 5, 8
Discusión y resolución de casos	10	0,4	2, 4, 5, 7
Presentación de trabajos	1	0,04	2, 3, 4, 5, 6, 7
<b>Tipo: Supervisadas</b>			
Tutorías	10	0,4	4, 7
<b>Tipo: Autónomas</b>			
Elaboración de Trabajos	25	1	2, 3, 4, 5, 6, 7
Estudio	58	2,32	2, 3, 4, 5, 6, 7, 8
Resolución de casos	4	0,16	2, 3, 4, 5, 6, 7, 8

## Evaluación

La evaluación de la asignatura se efectuará mediante la realización de dos pruebas escritas (cada una cuenta un 30% de la nota final), así como a través de la realización y presentación del trabajo de análisis de una empresa turística (25%) y de la discusión de casos prácticos a lo largo del curso (15%).

Condición sine qua non para obtener la acreditación de la asignatura: será necesario haber aprobado (con nota mayor o igual a 5) tanto los exámenes como el trabajo en grupo.

## Actividades de evaluación

Título	Peso	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Discusión de trabajos prácticos	20	2	0,08	1, 2, 3, 5, 6, 7, 8
Examen Teórico parte 1	30	1	0,04	3, 4, 6
Examen Teórico parte 2	30	1	0,04	3, 4, 6
Presentación de Trabajo	20	3	0,12	3, 4, 8

## Bibliografía

Material docente en formato digital que estará disponible en el Campus Virtual

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. (2020): Dirección y gestión de empresas del sector turístico. 6ª edición. Ediciones Pirámide, Madrid.

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

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