

Innovación en Gestión Hotelera

Código: 104961
Créditos ECTS: 6

Titulación	Tipo	Curso	Semestre
2500894 Turismo	OT	4	0

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: Laia Canut Delgado
Correo electrónico: Laia.Canut@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

Prerequisitos

No hay prerequisites.

Objetivos y contextualización

El objetivo principal de este curso es preparar a los estudiantes con una mentalidad innovadora para que la apliquen en la industria del alojamiento utilizando modelos de negocio exitosos y la digitalización.

Los principales temas tratados en el curso:

- Aprender e identificar oportunidades innovadoras en la industria de la hostelería
- Conocer las tendencias más relevantes en la industria de la hostelería
- Identificar las nuevas necesidades de los consumidores y detectar los cambios organizativos
- Poner en práctica estrategias de digitalización y IT para contribuir al rendimiento empresarial

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 avanzar 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 avanzar 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

INTRODUCCIÓN

Introducción a la innovación y análisis de las oportunidades

Tipos de innovación:

De productos

De procesos

Del modelo de negocio

INNOVACIÓN EN LA INDUSTRIA HOTELERA

Competitividad del destino basada en la estrategia de IT

El impacto de las generaciones

Destino Innovación, tendencias y nuevos mercados

Economía colaborativa

LOS HOTELES Y LOS DESAFÍOS DE LA INNOVACIÓN

TECNOLOGÍA

El desarrollo de la tecnología y el futuro de la hospitalidad

Ejemplo de Marriott International

Ejemplo de Oracle OPERA PMS

COMERCIAL

Ventas en línea: OTA, SEO, SEM, Google Business, Google Analytics

Diseño innovador de hoteles y tendencias de viajes

Medios de comunicación social y comunidades virtuales

Análisis de datos para una mejor toma de decisiones en la industria hotelera

HHRR

Nuevos organigramas y procesos de gestión

Personalización - Estandarización

Evolución de las cadenas de hoteles en los últimos años. Nuevo paradigma: separación de la propiedad y la explotación. El futuro modelo de negocio de las marcas de hospitalidad

Metodología

- Clases expositivas participativas de los conceptos y contenidos de la materia.
- Clases teórico-prácticas en las que se trabajan los contenidos en forma de proyectos.
- Resolución de problemas y casos prácticos en grupo con exposición final.
- Aprendizaje cooperativo y aprendizaje individual para el desarrollo y la presentación de trabajos. Incluye el trabajo dirigido por la profesora y las horas de estudio por parte del estudiante.
- Tutorías: individuales o de grupo para resolver dudas o trabajar conceptos concretos.

Actividades

Título	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Tipo: Dirigidas			
Clases teoricas	18	0,72	1, 3, 8, 10, 11

Resolución y presentación de proyectos	30	1,2	2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 10, 11, 12, 14, 17, 16, 18
Tipo: Supervisadas			
Tutorías	24	0,96	6, 13, 14, 17
Tipo: Autónomas			
Estudio	20	0,8	1, 2, 3, 6, 7, 10, 11, 12, 17, 15, 16
Resolución y presentación de proyectos	20	0,8	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 17, 16, 18

Evaluación

A) EVALUACIÓN CONTINUA

El sistema de evaluación consta de proyectos prácticos/actividades y un examen (contenido específico)

**Los proyectos y el examen deben tener una puntuación mínima de 4 cada uno para poder ponderar entre ellos.*

B) EVALUACIÓN FINAL: 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 la hayan seguido.

C) RE-EVALUACIÓN

Los estudiantes que en la evaluación final hayan obtenido una nota igual o superior a 3,5 y menor de 5, se podrán presentar a la re-evaluación. La calificación máxima de esta re-evaluación no superará el 5 como nota final.

Actividades de evaluación

Título	Peso	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
A) Actividades clase	40	18	0,72	1, 2, 3, 5, 6, 7, 8, 10, 11, 17, 16, 18
B) Conferencia 1	20	7	0,28	2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 17, 18
C) Conferencia 2	20	7	0,28	2, 3, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 18
D) Actividad autónoma: estudio	10	4	0,16	2, 3, 4, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 17, 15, 16
E) Examen	30	2	0,08	2, 3, 7, 9, 11, 14

Bibliografía

- Apuntes de clase y otros contenidos del Campus Virtual
- Moliner, J. P., Azorín, J. F. M., Guilló, J. J. T., Ortega, E. M. P., & Gamero, M. D. L. (2019). Sostenibilidad, calidad, innovación y ventaja competitiva en el sector hotelero: un estudio de caso. REVISTA INTERNACIONAL DE TURISMO, EMPRESA Y TERRITORIO, 3(1).
- 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

- Dzhandzhugazova, E. A., Blinova, E. A., Orlova, L. N., & Romanova, M. M. (2016). Innovations in hospitality industry. *International Journal of Environmental and Science Education*, 11(17), 10387-10400.
- Nieves, J., & Quintana, A. (2018). Human resource practices and innovation in the hotel industry: The mediating role of human capital. *Tourism and Hospitality Research*, 18(1), 72-83.
- Richard, B. (2017). Hotel chains: survival strategies for a dynamic future. *Journal of Tourism Futures*.
- Kansakar, P., Munir, A., & Shabani, N. (2019). Technology in the hospitality industry: Prospects and challenges. *IEEE Consumer Electronics Magazine*, 8(3), 60-65.