

Treball de Fi de Màster

Codi: 43416
Crèdits: 6

Titulació	Típus	Curs	Semestre
4314928 Gestió d'Empreses Hoteleres	OB	0	2

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: Víctor Giménez García

Correu electrònic: Victor.Gimenez@uab.cat

Equip docent

Daniel Blabia Girau

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

Pau Morata

Prerequisits

No hi han prerequisits per cursar aquesta mòdul

Objectius

El Treball Final de Màster té una dedicació de 6 ECTS i consistirà en un projecte individual de desenvolupament d'un pla d'empresa hotelera o bé un projecte de recerca o aplicació empresarial on es desenvolupi en profunditat el marc teòric del tema escollit i culmini amb una aplicació pràctica / empírica.

Els objectius són:

- Permetre als alumnes investigar un tema relatiu al sector hotelier, on a partir de l'aplicació de la metodologia científica pugui resoldre alguna qüestió de caràcter pràctic i d'interès professional
- Avaluar la viabilitat d'un pla d'empresa en el sector hotelier
- Utilitzar la càrrega de treball del TFM així com els coneixements d'un determinat establiment hotelier per fer algun projecte de consultoria.

Competències

- Aplicar les TIC en la gestió i en l'anàlisi de l'activitat per a la millora i identificació de noves oportunitats de negoci.
- Demostrar una visió global i integradora de l'entorn socioeconòmic mundial i avançar les seves implicacions en la gestió hotelera.
- Dissenyar i interpretar sistemes de control a diferents a diferents nivells organitzatius específics de les companyies hoteleres.
- 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.
- Establir una estratègia comercial (preus i contingents) específica per a cada un dels canals de comercialització hotelera.
- 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.
- Gestionar cadenes hoteleres amb una visió integradora de les diferents àrees de negoci.
- 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 aplicar els coneixements adquirits i la seva capacitat de resolució de problemes en entorns nous o poc coneguts dins de contextos més amplis (o multidisciplinaris) relacionats amb la seva àrea d'estudi.
- 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.
- Realitzar plans de màrqueting hotelers acompanyats dels seus conseqüents plans econòmics i financers.
- Tenir coneixements que aportin la base o l'oportunitat de ser originals en el desenvolupament o l'aplicació d'idees, sovint en un context de recerca.
- Treballar en equips de caràcter interdisciplinari.

Resultats d'aprenentatge

1. Aplicar a un cas real les eines i les tècniques desenvolupades en les diferents matèries.
2. Aplicar eines avançades de gestió tot identificant els factors clau d'èxit corporatius i alineant-les per aconseguir la màxima eficàcia de l'organització.
3. Aplicar les tècniques d'anàlisi d'entorn a un cas real.
4. Confeccionar un pla de RRHH real coherent amb el pla estratègic general, quantificar-lo a efectes econòmics i fer que inclogui la gestió del talent i el coneixement.
5. Confeccionar un pla de comercialització aplicat a un cas real al costat dels costos esperats d'aquest i el seu retorn per cada canal de venda comprès al pla de màrqueting de la companyia.
6. Confeccionar un pla de màrqueting real coherent amb el pla estratègic general, així com el compte de resultats que hi està associat.
7. Confeccionar un pla de qualitat conforme amb els objectius estratègics definits per a un cas real.
8. Confeccionar un pla estratègic real a partir de l'anàlisi externa i interna a partir de la identificació de les capacitats i dels recursos per marcar, posteriorment, els objectius estratègics que cal aconseguir, les accions necessàries i les mesures d'acompliment associades.
9. Definir els requeriments de les TIC, així com la seva anàlisi cost-benefici, aplicades al cas real estudiat al TFM.
10. Dissenyar un pla de sistemes d'informació i TIC real que serveixi de suport a la gestió i a l'anàlisi posterior per a la presa de decisions.
11. Establir un sistema real d'indicadors de gestió en els diferents nivells i departaments.
12. Identificar i relacionar indicadors amb els quals elaborar informes per a la presa de decisions.
13. 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.

14. Que els estudiants sàpiguen aplicar els coneixements adquirits i la seva capacitat de resolució de problemes en entorns nous o poc coneguts dins de contextos més amplis (o multidisciplinaris) relacionats amb la seva àrea d'estudi.
15. 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.
16. Que els estudiants tinguin les habilitats d'aprenentatge que els permetin continuar estudiant, en gran manera, amb treball autònom a autodirigit.
17. Tenir coneixements que aportin la base o l'oportunitat de ser originals en el desenvolupament o l'aplicació d'idees, sovint en un context de recerca.
18. Treballar en equips de caràcter interdisciplinari.

Continguts

L'estructura, així com el contingut del TFM, estarà supervisat pel tutor assignat a cada estudiant de manera que s'adapti a la temàtica escollida i la disponibilitat de dades.

Metodologia

El procés d'aprenentatge es desenvolupa a través de:

- Realització del TFM individualment seguint l'estructura acordada amb el tutor.
- Tutorització continuada de seguiment del TFM, mitjançant reunions presencials o virtuals tutor-estudiant
- El TFM ha de defensar públicament davant tribunal

Activitats formatives

Títol	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Tipus: Supervisades			
Tutories amb el supervisor	10	0,4	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18
Tipus: Autònomes			
Realització TFM	140	5,6	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18

Avaluació

L'estudiant ha de realitzar-almenys quatre tutories durant el procés de desenvolupament del TFM amb el/la tutor/a.

Activitats d'avaluació

Títol	Pes	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Informe tutor	30%	0	0	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18
Valoració del tribunal	70%	0	0	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17

Bibliografia

Inicialment la recomanarà cada tutor per facilitar l'inici de la feina però majoritàriament haurà de ser aportada i identificada per l'estudiant.