

Dirección Estratégica

Código: 43408
Créditos ECTS: 6

Titulación	Tipo	Curso	Semestre
4314928 Gestión de Empresas Hoteleras	OB	0	1

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: Víctor Giménez García

Correo electrónico: Victor.Gimenez@uab.cat

Uso de idiomas

Lengua vehicular mayoritaria: español (spa)

Equipo docente

Daniel Blabia Girau

Carlos Guallarte Nuez

Joan Lluís Capelleras Segura

David Urbano

Equipo docente externo a la UAB

Albert Grau

Federico Holzman

Pau Morata

Pilar Malagarriga

Prerequisitos

No hay prerequisites previos para cursar esta asignatura.

Objetivos y contextualización

La puesta en operación de las estrategias de negocios es un elemento clave para que una organización alcance resultados óptimos. El desarrollo y la aplicación de planes estratégicos se ha convertido en un elemento clave de éxito para la gestión de las empresas hoteleras, muy especialmente tras el aumento de la globalización y el aumento de la competencia que se ha originado. Este módulo aborda la complejidad de este proceso y proporciona las herramientas necesarias para diseñar planes estratégicos hoteleros y lograr su adecuada instrumentación. Asimismo, se examina la capacidad de las organizaciones para crear una ventaja competitiva sostenible. El objetivo es optimizar la capacidad de los estudiantes de pensar estratégicamente y de diagnosticar situaciones desde una perspectiva estratégica. Se presta especial atención a la formulación práctica de estrategias en las cadenas hoteleras.

Los objetivos son:

- Comprender la importancia de la formulación estratégica
- Conocer el entorno actual del sector hotelero internacional y realizar un análisis del mismo
- Analizar la viabilidad de un proyecto hotelero
- Identificar las estrategias de los grupos hoteleros
- Comprender los elementos claves de la estrategia de expansión y de *asset management*
- Formular y presentar un plan estratégico
- Desarrollar la capacidad de emprendimiento e intraemprendimiento
- Analizar y formular estrategias de Responsabilidad Social Corporativa

Competencias

- Demostrar una visión global e integradora del entorno socioeconómico mundial y avanzar sus implicaciones en la gestión hotelera.
- Desarrollar habilidades directivas y de liderazgo.
- Dominar los conocimientos y las herramientas de la gestión hotelera avanzada.
- Establecer en la gestión una orientación a la calidad y la responsabilidad social corporativa.
- Formular planes estratégicos corporativos a partir de la identificación y análisis de las variables relevantes del entorno y de las capacidades y recursos corporativos.
- Formular una estrategia y su implementación en gestión de los recursos humanos.
- Generar ideas y soluciones innovadoras y competitivas.
- Identificar y relacionar indicadores con los que elaborar informes para la toma de decisiones.
- Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.
- Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.
- Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.
- Trabajar en equipos de carácter interdisciplinar.

Resultados de aprendizaje

1. Conocer en profundidad el entorno hotelero internacional.
2. Conocer y aplicar herramientas para la aplicación de la responsabilidad social corporativa.
3. Desarrollar habilidades directivas y de liderazgo.
4. Desarrollar un plan estratégico completo de una organización hotelera compleja.
5. Distinguir las ventajas e inconvenientes de cada una de las estrategias de expansión hotelera.
6. Distinguir los elementos de la dirección estratégica en el sector hotelero.
7. Dominar las estrategias de expansión para una cadena hotelera.
8. Dominar los instrumentos para la implementación de estrategias de forma efectiva.
9. Generar ideas y soluciones innovadoras y competitivas.
10. Gestionar el impacto multicultural en la gestión hotelera.
11. Identificar las claves de las principales estrategias hoteleras.
12. Identificar los casos más recientes de éxito de clase mundial en el sector hotelero y sus factores clave.
13. Identificar y formular las diferentes estrategias hoteleras.
14. Identificar y relacionar indicadores con los que elaborar informes para la toma de decisiones.
15. Medir el impacto de la legislación local en la formulación de estrategias de expansión.
16. Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.
17. Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.
18. Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.
19. Realizar un análisis externo de forma rigurosa.
20. Reconocer los factores de posicionamiento hotelero.
21. Trabajar en equipos de carácter interdisciplinar.

22. Valorar la importancia de la calidad como estrategia diferenciadora.
23. Valorar la importancia de la responsabilidad Social Corporativa en las empresas hoteleras.

Contenido

1. Emprendimiento e intra-emprendimiento en el sector hotelero
2. El proceso de formulación e implementación de un plan estratégico para una empresa hotelera
3. Entorno hotelero y política turística. Análisis de alternativas estratégicas hoteleras. Casos de éxito internacionales.
4. Análisis de viabilidad de nuevos proyectos
5. Diseño de estructuras organizativas para los diferentes conceptos hoteleros
6. Estrategias de expansión, *outsourcing* y *asset management* en el sector hotelero
7. La gestión de la responsabilidad social corporativa (RSC)

Metodología

La metodología docente está basada en diferentes actividades:

- Clases magistrales donde los profesores expondrán los temas generales, se resolverán/discutiran casos/ejercicios y se realizarán debates entre estudiantes sobre temas expuestos y previamente leídos o explicados
- Pruebas escritas (examen)
- Pruebas orales de presentación de casos y trabajos solicitados
- Tutorías personalizadas con el profesor, tanto individuales como grupales

Nota: se reservarán 15 minutos de una clase dentro del calendario establecido por el centro o por la titulación para que el alumnado rellene las encuestas de evaluación de la actuación del profesorado y de evaluación de la asignatura o módulo.

Actividades

Título	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Tipo: Dirigidas			
Clases magistrales	45	1,8	1, 2, 3, 4, 5, 6, 8, 7, 19, 9, 10, 12, 13, 14, 11, 15, 17, 18, 16, 20, 21, 22, 23
Tipo: Supervisadas			
Casos de estudio	26	1,04	3, 4, 5, 6, 8, 7, 19, 9, 14, 11, 15, 17, 18, 16, 20, 21
Tipo: Autónomas			
Estudio, preparación de casos y pruebas	75	3	1, 2, 3, 4, 5, 6, 8, 7, 19, 9, 10, 12, 13, 14, 11, 15, 17, 18, 16, 20, 21, 22, 23

Evaluación

La asistencia a las sesiones lectivas es obligatoria con un mínimo requerido del 80%. En caso de no superarse el módulo, los estudiantes podrán presentarse a un examen de recuperación siempre que la nota obtenida haya sido de, al menos, de un 3.5.

Actividades de evaluación

Título	Peso	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Examen	30%	2	0,08	1, 2, 3, 5, 6, 8, 7, 9, 10, 12, 13, 14, 11, 15, 17, 20, 22, 23
Presentación trabajo 1	45%	1	0,04	1, 3, 4, 5, 6, 8, 7, 19, 10, 13, 14, 11, 15, 17, 18, 16, 20, 21, 22
Presentación trabajo 2	25%	1	0,04	3, 4, 6, 19, 9, 13, 18, 20, 21

Bibliografía

- 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 Siguiente 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.

Software

Ninguno