

Economía de la Empresa

Código: 103744
Créditos ECTS: 6

Titulación	Tipo	Curso	Semestre
2502904 Dirección Hotelera	FB	1	1

Contacto

Nombre: Eduardo Rodes Mayor

Correo electrónico: eduardo.rodes@uab.cat

Uso de idiomas

Lengua vehicular mayoritaria: español (spa)

Algún grupo íntegramente en inglés: No

Algún grupo íntegramente en catalán: No

Algún grupo íntegramente en español: Sí

Prerequisitos

Ninguno.

Objetivos y contextualización

Esta asignatura es la primera de las que se incluyen en el Grado de Dirección Hotelera 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 hoteleras. 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 hoteleras.
2. Conocer y entender los conceptos y las técnicas relativas a la dirección estratégica de la empresa y su aplicación a la dirección hotelera.
3. Emprendimiento 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. Finalmente, la realización del trabajo sobre una empresa hotelera real por parte de los estudiantes incluirá el análisis de su creación y posterior evolución.

Competencias

- Definir y aplicar la dirección y gestión (management) de los distintos tipos de organizaciones en el sector de la hotelería y la restauración.
- Demostrar que conoce y comprende los principios básicos del alojamiento y la restauración en todas sus dimensiones, departamentos, actividades y áreas en el contexto del sector turístico.
- Demostrar un comportamiento responsable con el entorno medioambiental, social y cultural.

- Demostrar un comportamiento ético en las relaciones sociales, así como adaptarse a diferentes contextos interculturales.
- Desarrollar una capacidad de aprendizaje de forma autónoma.
- Gestionar y organizar el tiempo.
- Identificar y aplicar los elementos que rigen la actividad de los sectores de la hotelería y la restauración, su interacción con el entorno, así como su impacto en los diferentes subsistemas empresariales del sector.
- Manejar las técnicas de comunicación a todos los niveles.
- Planificar y gestionar actividades sobre la base de la calidad y la sostenibilidad.
- Planificar, organizar y coordinar el trabajo en equipo creando sinergias y sabiendo situarse en el lugar de los otros negociando y gestionando conflictos.
- Ser capaz de buscar información relevante de forma eficiente.
- Trabajar en equipo.

Resultados de aprendizaje

1. Demostrar un comportamiento responsable con el entorno medioambiental, social y cultural.
2. Demostrar un comportamiento ético en las relaciones sociales, así como adaptarse a diferentes contextos interculturales.
3. Desarrollar una capacidad de aprendizaje de forma autónoma.
4. Distinguir, identificar y aplicar las estrategias, estructuras y procesos referentes a los recursos humanos de las empresas de hotelería y restauración.
5. Distinguir, identificar y aplicar los conceptos de la dirección estratégica en lo referente a los productos referentes a las empresas de alojamiento y restauración.
6. Gestionar y organizar el tiempo.
7. Identificar la base teórica y conceptual de la estrategia de la empresa turística.
8. Manejar las técnicas de comunicación a todos los niveles.
9. Planificar y gestionar actividades sobre la base de la calidad y la sostenibilidad.
10. Planificar, organizar y coordinar el trabajo en equipo creando sinergias y sabiendo situarse en el lugar de los otros negociando y gestionando conflictos.
11. Ser capaz de buscar información relevante de forma eficiente.
12. Trabajar en equipo.

Contenido

1. La empresa.
 - 1.1. Concepto de empresa.
 - 1.2. Elementos y funciones de la empresa. La creación de valor y los beneficios de la empresa.
 - 1.3. Clases de empresas. Las empresas hoteleras.
2. La función directiva.
 - 2.1. Concepto y clases de dirección.
 - 2.2. Tareas fundamentales de dirección
 - 2.3. Dirección y emprendimiento. El perfil emprendedor desde una perspectiva de género.
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.

- 4. Análisis interno.
 - 4.1. Análisis funcional.
 - 4.2. La cadena de valor.
 - 4.3. Análisis de los recursos y las capacidades.
 - 4.4. Recursos financieros y las decisiones de inversión.
- 5. Análisis del entorno.
 - 5.1. Análisis del entorno general.
 - 5.2. Análisis del entorno específico y operativo.
 - 5.3. Tendencias actuales en el entorno social en empresas hoteleras.
- 6. Estrategias competitivas.
 - 6.1. Naturaleza y fuentes de la ventaja competitiva y posicionamiento.
 - 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 DE LA DOCENCIA

SEMANA	TEMA	MÉTODO	
1, 2	La empresa	Clase magistral y casos prácticos	1
3, 4	La función directiva	Clase magistral y casos prácticos	3
5, 6	La estrategia de la empresa	Clase magistral y casos prácticos, tutorías	5
7, 8	análisis interno	Clase magistral y casos prácticos	7

9, 10	Análisis del entorno	Clase magistral y casos prácticos	§
11, 12	Estrategias competitivas	Clase magistral y casos prácticos	1
13, 14	Estrategias corporativas	Clase magistral y casos prácticos, tutorías	1
15	Trabajos en grupo	Presentaciones	1

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 teóricas	35	1,4	1, 2, 5, 8, 7
Presentación de trabajos	1	0,04	3, 5, 4, 8, 6, 7, 10, 11
discusión y resolución de casos	10	0,4	3, 4, 8, 6, 7, 9, 10, 11, 12
Tipo: Supervisadas			
Tutorías	10	0,4	7, 11
Tipo: Autónomas			
Elaboración de Trabajos	25	1	3, 5, 4, 8, 6, 7, 9, 11, 12
Estudio	58	2,32	3, 5, 4, 8, 6, 7, 9, 11, 12
Resolución de Casos	4	0,16	3, 5, 4, 8, 6, 7, 9, 11, 12

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.

De no seguir la evaluación continuada o suspenderla en las fechas oficiales establecidas se podrá realizar un examen final de la asignatura.

Re-evaluación. Está dirigida a los alumnos que en la evaluación final hayan obtenido una nota igual o superior a 3,5 y menor de 5. La calificación de esta re-evaluación no superará el 5 como nota final. La modalidad de examen a definir por el profesorado de la asignatura

Actividades de evaluación

Título	Peso	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Discusión de casos prácticos y participación	15	4	0,16	2, 3, 5, 4, 7, 9, 10, 11, 12
Exámen teórico parte 1	30	1	0,04	5, 4, 6, 7
Exámen teórico parte 2	30	1	0,04	5, 6, 7
Presentación trabajo de análisis de una empresa	25	1	0,04	1, 3, 5, 8, 10, 11

Bibliografía

Material docente en formato digital que estará disponible en el Campus Virtual y en los siguientes libros:

Besanko, David, David Dranove, Mark Shanley y Scott Shaefer (2017), Economics of Strategy, 7.^a Ed. John Wiley and Sons, Nueva York

Brealy, Richard y Myers, Stephen (2020): Principios de Finanzas Corporativas. McGraw-Hill.

Enz, Cathy (2009) Hospitality Strategic Management: Concepts and Cases, 2da. Ed.,John Wiley and Sons, Nueva Jersey.

Grant, Robert M. (2022): Contemporary Strategy analysis. Editorial Wiley, Hoboken, New Jersey.

Martín Rojo, Inmaculada (2020): Dirección y gestión de empresas del sector turístico. 6^a Edición. Ediciones Pirámide, Madrid.

Veciana, José M^a. (1999): Función directiva. Servicio de Publicaciones de la UAB, Bellaterra (Cerdanyola del Vallès).

Software

Hojas de cálculo (MS Office Excel)