

Economía de la Empresa

Código: 103744
Créditos ECTS: 6

| Titulación | Tipo | Curso | Semestre |
|----------------------------|------|-------|----------|
| 2502904 Dirección Hotelera | FB | 1 | 1 |

Contacto

Nombre: Eduardo Rodés Mayor

Correo electrónico: eduardo.rodés@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 | 9 |
| 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*. 6ª Edición. Ediciones Pirámide, Madrid.

Veciana, José Mª. (1999): *Función directiva*. Servicio de Publicaciones de la UAB, Bellaterra (Cerdanyola del Vallès).

Software

Hojas de cálculo (MS Office Excel)