

Introducción a la Empresa Turística

Código: 104949
Créditos ECTS: 6

Titulación	Tipo	Curso	Semestre
2500894 Turismo	FB	1	2

Contacto

Nombre: Eduardo Rodes Mayor

Correo electrónico: eduardo.rodes@uab.cat

Uso de idiomas

Lengua vehicular mayoritaria: español (spa)

Algún grupo íntegramente en inglés: Sí

Algún grupo íntegramente en catalán: No

Algún grupo íntegramente en español: Sí

Prerequisitos

no existen prerequisitos.

Objetivos y contextualización

Esta asignatura es la primera de las que se incluyen en el Grado de Turismo 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 turísticas. 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 turísticas.
2. Conocer y entender los conceptos y las técnicas relativas a la dirección estratégica de la empresa y su aplicación en el ámbito turístico.
3. Emprendeduría 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. Por último, la realización del trabajo sobre una empresa turística real por parte de los estudiantes incluirá el análisis de su creación y posterior evolución

Competencias

- Aplicar los conceptos relacionados con los productos y empresas turísticas (económico-financiero, recursos humanos, política comercial, mercados, operativo y estratégico) en los diferentes ámbitos del sector.
- Demostrar que conoce y comprende los principios básicos del turismo en todas sus dimensiones y áreas.
- Demostrar un comportamiento responsable con el medioambiente.

- Desarrollar una capacidad de aprendizaje de forma autónoma.
- 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.
- Trabajo en grupo.

Resultados de aprendizaje

1. Demostrar un comportamiento responsable con el medioambiente.
2. Desarrollar una capacidad de aprendizaje de forma autónoma.
3. Distinguir, identificar y aplicar los conceptos de la dirección estratégica en lo referente al producto y empresa turística.
4. Identificar la base teórica y conceptual de la estrategia de la empresa turística.
5. Manejar las técnicas de comunicación a todos los niveles.
6. Planificar y gestionar actividades en base a la calidad y sostenibilidad.
7. Planificar, organizar y coordinar el trabajo en equipo, creando sinergias y sabiendo situarse en el lugar de los otros.
8. Trabajo en grupo.

Contenido

1. La empresa.
 - 1.1. Concepto de empresa.
 - 1.2. Elementos y funciones de la empresa.
 - 1.3. Clases de empresas. Las empresas turísticas. Creación de Valor y beneficios de la empresa. Caso práctico sobre las funciones de una empresa turística
2. La función directiva.
 - 2.1. Concepto y clases de dirección.
 - 2.2. Tareas fundamentales de dirección
 - 2.3. Tareas instrumentales de dirección. El empresario. 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. Caso práctico para comprender como una empresa turística plantea su estrategia
4. Análisis interno.
 - 4.1. Análisis funcional y perfil estratégico.
 - 4.2. La cadena de valor.
 - 4.3. Análisis de los recursos y capacidades.
5. Análisis del entorno.

- 5.1. Análisis del entorno general.
- 5.2. Análisis del entorno específico.
- 5.3. Tendencias actuales en el ámbito turístico. Caso práctico sobre la aplicación del análisis de cinco fuerzas de Porter en el sector turístico.
- 6. Estrategias competitivas.
 - 6.1. Naturaleza y fuentes de la ventaja competitiva.
 - 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:

SEMANA	TEMA	MÉTODO	
1, 2	La empresa	Clase magistral y casos prácticos	€
3, 4	La función directiva	Clase magistral y casos prácticos	€
5, 6	La estrategia de la empresa	Clase magistral y casos prácticos, tutorías	€
7, 8	análisis interno	Clase magistral y casos prácticos	€
9, 10	Análisis del entorno	Clase magistral y casos prácticos	€
11, 12	Estrategias competitivas	Clase magistral y casos prácticos	€

13, 14	Estrategias corporativas	Clase magistral y casos prácticos, tutorías	6
15	Trabajos en grupo	Presentaciones	6

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, 4, 5, 8
Discusión y resolución de casos	10	0,4	2, 4, 5, 7
Presentación de trabajos	1	0,04	2, 3, 4, 5, 6, 7
Tipo: Supervisadas			
Tutorías	10	0,4	4, 7
Tipo: Autónomas			
Elaboración de Trabajos	25	1	2, 3, 4, 5, 6, 7
Estudio	58	2,32	2, 3, 4, 5, 6, 7, 8
Resolución de casos	4	0,16	2, 3, 4, 5, 6, 7, 8

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.

RE-EVALUACIÓN

Dirigida a los alumnos que en la evaluación final hayan obtenido una nota igual o superior a 3,5 y menor que 5. La calificación de esta re-evaluación no superará el 5 como nota final.

La modalidad de este examen a definir por el profesorado de la asignatura.

Actividades de evaluación

Título	Peso	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Discusión de trabajos prácticos	20	2	0,08	1, 2, 3, 5, 6, 7, 8

Examen Teórico parte 1	30	1	0,04	3, 4, 6
Examen Teórico parte 2	30	1	0,04	3, 4, 6
Presentación de Trabajo	20	3	0,12	3, 4, 8

Bibliografía

Material docente en formato digital que estará disponible en el Campus Virtual

CASANUEVA, Cristobal, GARCÍA DEL JUNCO, Julio y CARO, Francisco (2000): Organización y gestión de empresas turísticas. Ediciones Pirámide, Madrid.

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

GRANT, Robert M. (2021): Contemporary Strategy Analysis 11th Edition. Editorial Wiley, Boston.

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

Trabajar con hojas de cálculo (MS Office Excel)