

| Titulació | Tipus | Curs |
|-----------------|-------|------|
| 2500894 Turisme | FB | 1 |

Professor/a de contacte

Nom: Eduardo Cesar Rodas Mayor

Correu electrònic: eduardo.rodas@uab.cat

Idiomes dels grups

Podeu consultar aquesta informació al [final](#) del document.

Prerequisits

No hi ha prerequisits.

Objectius

Aquesta assignatura és la primera de les que s'inclouen en el Grau de Direcció Hotelera sobre direcció i gestió d'empreses. L'assignatura s'inicia amb el concepte, elements i classes d'empreses. Tot seguit, s'estudien la funció i tasques directives. Els aspectes relatius a l'estratègia empresarial es tracten a continuació i es desenvolupen a partir de l'anàlisi estratègica (tant interna com externa) i de les tipologies estratègiques (tant en el nivell competitiu com en el nivell corporatiu). Al llarg de l'assignatura es posa èmfasi en les empreses o organitzacions que estan relacionades amb les diverses activitats hoteleres. Així mateix, es combinen els continguts teòrics amb diverses activitats pràctiques.

Al finalitzar l'assignatura l'alumne serà capaç de:

1. Comprendre els aspectes fonamentals relacionats amb l'empresa i la funció directiva, amb

especial èmfasi en les diverses empreses hoteleres.

2. Conèixer i entendre els conceptes i les tècniques relatives a la direcció estratègica de l'empresa i la seva aplicació a la direcció hotelera.

3. Emprenedoria i innovació. Per tal de fomentar l'esperit emprenedor dels estudiants, es treballarà i discutirà sobre l'orientació emprenedora en el marc de la funció directiva i l'estratègia empresarial. Així mateix, durant el curs s'analitzarà algun cas pràctic que tracti la creació i desenvolupament d'una empresa de l'àmbit turístic. Per últim, la realització del treball sobre una empresa turística real per part dels estudiants inclourà l'anàlisi de la seva creació i posterior evolució.

Competències

- Aplicar els conceptes relacionats amb els productes i empreses turístiques (econòmic i financer, recursos humans, política comercial, mercats, operatiu i estratègic) en els diferents àmbits del sector.

- Demostrar que coneix i comprèn els principis bàsics del turisme en totes les seves dimensions i àrees.
- Demostrar un comportament responsable amb el medi ambient.
- Desenvolupar una capacitat d'aprenentatge autònom.
- Manejar les tècniques de comunicació a tots els nivells.
- Planificar i gestionar activitats partint de la qualitat i la sostenibilitat.
- Planificar, organitzar i coordinar el treball en equip, creant sinergies i sabent-se situar al lloc dels altres.
- Treball en grup.

Resultats d'aprenentatge

1. Demostrar un comportament responsable amb el medi ambient.
2. Desenvolupar una capacitat d'aprenentatge autònom.
3. Distingir, identificar i aplicar els conceptes de la direcció estratègica referent al producte i a l'empresa turística.
4. Identificar la base teòrica i conceptual de l'estratègia de l'empresa turística.
5. Manejar les tècniques de comunicació a tots els nivells.
6. Planificar i gestionar activitats partint de la qualitat i la sostenibilitat.
7. Planificar, organitzar i coordinar el treball en equip, creant sinergies i sabent-se situar al lloc dels altres.
8. Treball en grup.

Continguts

1. L'empresa.
 - 1.1. Concepte d'empresa.
 - 1.2. Elements i funcions de l'empresa. La creació de valor i els beneficis de l'empresa.
 - 1.3. Classes d'empreses. Les empreses turístiques. Cas pràctic sobre les funcions d'una empresa turística.
2. La funció directiva.
 - 2.1. Concepte i classes de direcció.
 - 2.2. Tasques fonamentals de direcció
 - 2.3. Directiu i emprenedor. El perfil emprenedor: una perspectiva de gènere.
3. L'estratègia de l'empresa.
 - 3.1. Concepte i elements de l'estratègia.
 - 3.2. Diferents nivells de l'estratègia.
 - 3.3. El procés de formulació de l'estratègia.
4. Anàlisi interna.
 - 4.1. Anàlisi funcional.
 - 4.2. La cadena de valor.
 - 4.3. Anàlisi dels recursos i capacitats.
 - 4.4. Recursos financers i decisions d'inversió.
5. Anàlisi de l'entorn.

- 5.1. Anàlisi de l'entorn general.
- 5.2. Anàlisi de l'entorn específic i operatiu.
- 5.3. Tendències actuals en empreses hoteleres.
- 6. Estratègies competitives.
 - 6.1. Naturalesa i fonts de l'avantatge competitiu i posicionament.
 - 6.2. Estratègies competitives genèriques.
 - 6.3. Estratègies segons el cicle de vida del sector.
- 7. Estratègies corporatives.
 - 7.1. Direccions del desenvolupament estratègic.
 - 7.2. Estratègies de diversificació i d'integració vertical.
 - 7.3. Estratègies d'internacionalització i cooperació.

Activitats formatives i Metodologia

| Títol | Hores | ECTS | Resultats d'aprenentatge |
|-----------------------------|-------|------|--------------------------|
| Tipus: Dirigides | | | |
| Classes teòriques | 35 | 1,4 | 1, 4, 5, 8 |
| Discussió i resolució casos | 10 | 0,4 | 2, 4, 7, 5 |
| Presentació de treballs | 1 | 0,04 | 2, 3, 4, 6, 7, 5 |
| Tipus: Supervisades | | | |
| Tutories | 10 | 0,4 | 4, 7 |
| Tipus: Autònomes | | | |
| Elaboració Treballs | 25 | 1 | 2, 3, 4, 6, 7, 5 |
| Estudi | 58 | 2,32 | 2, 3, 4, 6, 7, 5, 8 |
| Resolució Casos | 4 | 0,16 | 2, 3, 4, 6, 7, 5, 8 |

Idiomes d'impartició

Grau de Turisme: Castellà

Grau de Turisme en Anglès: Anglès

Durant el curs es combinaran les classes de caràcter teòric (classes magistrals) amb les sessions de pràctiques (casos pràctics), durant les quals es fomentarà la participació i el treball en equip per part dels estudiants. Així mateix, els alumnes hauran de realitzar un treball en grup sobre una empresa turística real, en el marc del qual duran a terme un treball de camp i una presentació pública dels continguts més rellevants.

PLANIFICACIÓ DE LA DOCÈNCIA:

| SETMANA | TEMA | MÈTODE |
|---------|---------------------------|---|
| 1, 2 | L'empresa | Classe magistral i casos pràctics |
| 3, 4 | La funció directiva | Classe magistral i casos pràctics |
| 5, 6 | L'estratègia de l'empresa | Classe magistral i casos pràctics, tutories |
| 7, 8 | Anàlisi interna | Classe magistral i casos pràctics |
| 9, 10 | Anàlisi de l'entorn | Classe magistral i casos pràctics |
| 11, 12 | Estratègies competitives | Classe magistral i casos pràctics |
| 13, 14 | Estratègies corporatives | Classe magistral i casos pràctics, tutories |
| 15 | Treballs en grup | Presentacions |

Nota: es reservaran 15 minuts d'una classe, dins del calendari establert pel centre/titulació, per a la complementació per part de l'alumnat de les enquestes d'avaluació de l'actuació del professorat i d'avaluació de l'assignatura/mòdul.

Avaluació

Activitats d'avaluació continuada

| Títol | Pes | Hores | ECTS | Resultats d'aprenentatge |
|-----------------------------|-----|-------|------|--------------------------|
| Discussió de casos pràctics | 20 | 2 | 0,08 | 1, 2, 3, 6, 7, 5, 8 |
| Examen Teoric part 1 | 30 | 1 | 0,04 | 3, 4, 6 |
| Examen teòric part 2 | 30 | 1 | 0,04 | 3, 4, 6 |
| Presentació Treball | 20 | 3 | 0,12 | 3, 4, 8 |

L'avaluació de l'assignatura s'efectuarà mitjançant la realització de dues proves escrites (cadascuna explica un 30% de la nota final), així com a través de la realització i presentació del treball d'anàlisi d'una empresa hotelera (25%) i de la discussió de casos pràctics al llarg del curs (15%). Condició sine qua non per obtenir l'acreditació de l'assignatura: serà necessari haver aprovat (amb nota major o igual a 5) tant els exàmens com el treball d'anàlisi.

Avaluació única.

De no seguir l'avaluació continuada o suspendre-la en les dates oficials establertes es podrà realitzar una avaluació única. Aquesta avaluació s'efectuarà mitjançant la realització d'una prova escrita amb dues parts (cadascuna explica un 30% de la nota final), així com a través de la realització i presentació del treball d'anàlisi d'una empresa hotelera (40%).

Reavaluació.

Està dirigida als alumnes que a l'avaluació única hagin obtingut una nota igual o superior a 3,5 i menor que 5. La qualificació d'aquesta reavaluació no superarà el 5 com a nota final. La modalitat d'examen de reavaluació es definirà pel professorat de l'assignatura.

La recuperació de l'assignatura per avaluació única serà el mateix que el de la resta d'alumnat. Per presentar-se a la reavaluació serà necessari que aquest alumne hagi obtingut com a mínim un 3,5 en el conjunt de les evidències de les que consti l'avaluació única.

La qualificació de l'assignatura serà NO AVALUABLE quan l'estudiant es presenti a menys de la meitat de les activitats d'avaluació i/o no es presenti a l'examen final.

Bibliografia

Material docent en format digital que estarà disponible al Campus Virtual i en els següents llibres:

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

Programari

Gestió de fulls de càlcul (MS Office Excel)

Llista d'idiomes

| Nom | Grup | Idioma | Semestre | Torn |
|-------------|------|----------|--------------------|-----------|
| (TE) Teoria | 1 | Espanyol | segon quadrimestre | matí-mixt |
| (TE) Teoria | 2 | Anglès | segon quadrimestre | matí-mixt |