

Titulació	Tipus	Curs
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

Cap.

Objectius

Aquesta assignatura és la primera de les quals s'inclouen en el Grau de Turisme sobre direcció i gestió d'empreses. L'assignatura s'inicia amb el concepte, elements i classes d'empreses turístiques. A continuació, 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 l'accent en les empreses o organitzacions que estan relacionades amb les diverses activitats turístiques. Així mateix, es combinen els continguts teòrics amb diverses activitats pràctiques.

En 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 turístiques.
2. Conèixer i entendre els conceptes i les tècniques relatives a la direcció estratègica de l'empresa i la seva aplicació en l'àmbit turístic.
3. Emprenedoria i innovació. Per a 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. Finalment, 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 (economicofinancer, 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 de manera autònoma.
- Manejar les tècniques de comunicació a tots els nivells.

- Planificar i gestionar activitats sobre la base de la qualitat i sostenibilitat.
- Planificar, organitzar i coordinar el treball en equip, creant sinergies i sabent situar-se en el lloc dels altres.
- Treball en grup.

Resultats d'aprenentatge

1. CM05 (Competència) Adaptar els models de gestió empresarial i de lideratge en la resolució de tasques i projectes per desenvolupar.
2. KM03 (Coneixement) Identificar la base teòrica i conceptual de l'estratègia en l'empresa turística.
3. KM04 (Coneixement) Reconèixer les principals funcions directives i els procediments en la gestió d'equips.
4. SM04 (Habilitat) Aplicar els conceptes de la direcció estratègica, gestió de recursos humans i comportament organitzatiu pel que fa a les empreses o serveis turístics.
5. SM05 (Habilitat) Fer servir metodologies d'anàlisi empresarial en la gestió d'empreses, lideratge, motivació i gestió d'equips en turisme.

Continguts

1. L'empresa.
 - 1.1. Concepte d'empresa.
 - 1.2. Elements i funcions de l'empresa.
 - 1.3. Classes d'empreses. Les empreses turístiques. Creació de Valor i beneficis de l'empresa.
 - 1.4. Estructura econòmica i financera de l'empresa.
 - 1.5. Cas pràctic sobre les funcions d'una empresa turística. Revenue management.
2. La funció directiva.
 - 2.1. Concepte i classes de direcció.
 - 2.2. Tasques fonamentals de direcció
 - 2.3. Tasques instrumentals de direcció. L'empresari. Direcció i empenedoria. El perfil empenedor des d'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. Cas pràctic per a comprendre com una empresa turística planteja la seva estratègia
4. Anàlisi interna.

- 4.1. Anàlisi funcional i perfil estratègic.
- 4.2. La cadena de valor.
- 4.3. Anàlisi dels recursos i capacitats.
- 4.4. Recursos financers i presa de decisions
- 5. Anàlisi de l'entorn.
- 5.1. Anàlisi de l'entorn general.
- 5.2. Anàlisi de l'entorn específic.
- 5.3. Tendències actuals en l'àmbit turístic. Cas pràctic sobre l'aplicació de l'anàlisi de cinc forces de Porter en el sector turístic.
- 6. Estratègies competitives.
- 6.1. Naturalesa i fonts de l'avantatge competitiu.
- 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	KM03, KM04, SM04, SM05
Discussió i resolució casos	10	0,4	CM05, KM04, SM04, SM05
Presentació de treballs	1	0,04	CM05, KM03, KM04, SM04, SM05
Tipus: Supervisades			
Tutories	10	0,4	CM05, SM04, SM05
Tipus: Autònomes			
Elaboració Treballs	25	1	CM05, KM03, KM04, SM04, SM05
Estudi	58	2,32	CM05, KM03, KM04, SM04, SM05
Resolució de casos	4	0,16	CM05, KM03, KM04, SM04, SM05

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

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.

Nota: es reservaran 15 minuts d'una classe, dins del calendari establert pel centre/titulació, perquè els alumnes completin les enquestes d'avaluació de l'actuació del professorat i d'avaluació de l'assignatura.

Avaluació

Activitats d'avaluació continuada

Títol	Pes	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Presentació de treball d'anàlisi d'empresa turística	25	3	0,12	CM05, KM04, SM04, SM05

Discussió de treballs pràctics	15	2	0,08	CM05, SM04, SM05
Examen Teòric part 1	30	1	0,04	CM05, KM03, SM04, SM05
Examen Teòric part 2	30	1	0,04	KM03, SM04, SM05

L'avaluació de l'assignatura s'efectuarà mitjançant la realització de dues proves escrites (30% +30% de la nota final), així com a través de la realització i presentació del treball esmentat (25%) i de la discussió de casos pràctics al llarg del curs (15%).

Condicció *sine qua non* per tal d'obtenir l'acreditació de l'assignatura: caldrà haver aprovat (nota ≥ 5) tant l'examen com el treball en grup.

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.

Avaluació única.

Els alumnes que decideixin no fer una avaluació continuada tenen opció a una avaluació única. Aquesta serà un examen final de tot el temari i un treball escrit d'anàlisi d'una empresa turística que apliqui tots els conceptes estudiats en l'assignatura.

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.

HUDSON, Simon (2025): Hospitality Management: International Introduction 1st Edition. Routledge, Londres.

MARTÍN ROJO, Inmaculada (2020): Dirección y gestión de empresas del sector turístico. 6ª edición. Ediciones Pirámide, Madrid.

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

Programari

Treballar amb fulls de càlcul (MS Excel)

Grups i idiomes de l'assignatura

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