

Titulación	Tipo	Curso
Turismo	FB	1

## Contacto

Nombre: Eduardo Cesar Rodes Mayor

Correo electrónico: eduardo.rodes@uab.cat

## Idiomas de los grupos

Puede consultar esta información al [final](#) del documento.

## Prerrequisitos

Ninguno.

## 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 turísticas. 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. CM05 (Competencia) Adaptar los modelos de gestión empresarial y de liderazgo en la resolución de tareas y proyectos a desarrollar
2. KM03 (Conocimiento) Identificar la base teórica y conceptual de la estrategia en la empresa turística
3. KM04 (Conocimiento) Reconocer las principales funciones directivas y procedimientos en la gestión de equipos
4. SM04 (Habilidad) Aplicar los conceptos de la dirección estratégica, gestión de recursos humanos y comportamiento organizativo en lo referente a las empresa o servicios turísticos.
5. SM05 (Habilidad) Utilizar metodologías de análisis empresarial en la gestión de empresas, liderazgo, motivación y gestión de equipos en turismo.

## **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.

#### 1.4. Estructura económica y financiera de la empresa.

#### 1.5. Caso práctico sobre las funciones de una empresa turística. Revenue management.

### 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.
- 4.4. Recursos financieros y toma de decisiones
- 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.

## Actividades formativas y Metodología

Título	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Tipo: Dirigidas			
Clases teóricas	35	1,4	KM03, KM04, SM04, SM05, KM03
Discusión y resolución de casos	10	0,4	CM05, KM04, SM04, SM05, CM05
Presentación de trabajos	1	0,04	CM05, KM03, KM04, SM04, SM05, CM05
Tipo: Supervisadas			
Tutorías	10	0,4	CM05, SM04, SM05, CM05
Tipo: Autónomas			
Elaboración Trabajos	25	1	CM05, KM03, KM04, SM04, SM05, CM05
Estudio	58	2,32	CM05, KM03, KM04, SM04, SM05, CM05
Resolución de casos	4	0,16	CM05, KM03, KM04, SM04, SM05, CM05

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

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.

## Evaluación

### Actividades de evaluación continuada



Título	Peso	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Discusión de trabajos prácticos	15	2	0,08	CM05, SM04, SM05
Examen Teórico parte 1	30	1	0,04	CM05, KM03, SM04, SM05
Examen Teórico parte 2	30	1	0,04	KM03, SM04, SM05
Presentación de trabajo de análisis de empresa turística	25	3	0,12	CM05, KM04, SM04, SM05

La evaluación continuada 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.

La calificación de la asignatura será NO EVALUABLE cuando el/la estudiante se presente a menos de la mitad de las actividades de evaluación y/o no se presente al examen final de evaluación única.

#### Evaluación única

Los alumnos que decidan no hacer una evaluación continuada tienen opción a una evaluación única. Esta será un examen final de todo el temario y un trabajo escrito de análisis de una empresa turística que aplique todos los conceptos estudiados en la asignatura.

## 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.

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<sup>a</sup>. (1999): Función directiva. Servicio de Publicaciones de la UAB, Bellaterra (Cerdanyola del Vallès).

## Software

Trabajar con hojas de cálculo (MS Excel)

## Grupos e idiomas de la asignatura

Nombre	Grupo	Idioma	Semestre	Turno
(TE) Teoría	1	Español	segundo cuatrimestre	mañana-mixto
(TE) Teoría	2	Inglés	segundo cuatrimestre	mañana-mixto