

Titulación	Tipo	Curso
Turismo	OP	4

Profesor/a de contacto

Nombre : Eduard Àvila Morera

Correo electrónico : eduard.avila@uab.cat

Equipo docente

Beatriz Santolalla Garcia

Idiomas de los grupos

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

Prerrequisitos

No hay prerrequisitos

Objetivos

Al finalizar la asignatura el alumno deberá ser capaz de:

1. Conocer la estructura de una empresa de restauración así como las competencias, habilidades y tareas de cada uno de los perfiles laborales que lo integran.
2. Gestionar y controlar los costes de forma efectiva de una empresa de restauración.
3. Familiarizarse con la gestión e implantar modelos efectivos de gestión y control.
4. Identificar el itinerario de información y trabajo en las principales áreas funcionales y operacionales
5. Capacitar al estudiante para elaborar estrategias y políticas desarrolladas desde la función de la dirección.
6. Saber determinar los procedimientos necesarios y adaptarlos a las expectativas del cliente, peculiaridades del capital humano y recursos materiales disponibles.
7. Tomar decisiones y diseñar estrategias para el desarrollo y la mejora empresarial.

Resultados de aprendizaje

1. Desarrollar una capacidad de aprendizaje de forma autónoma.
2. Manejar las técnicas de comunicación a todos los niveles.
3. Tomar decisiones en contextos de incertidumbre así como ser capaz de evaluar y prever las consecuencias de estas decisiones a corto, medio y largo plazo.
4. Planificar, organizar y coordinar el trabajo en equipo, creando sinergias y sabiendo situarse en el lugar de los otros.

5. Trabajo en grupo.
6. Tener visión de negocio, captar las necesidades del cliente y avanzarse a los posibles cambios del entorno.
7. Demostrar un comportamiento responsable con el medioambiente.
8. Distinguir la función, naturaleza y alcance del marketing en la organización.
9. Fijar objetivos y planificar, desde una perspectiva comercial.
10. Identificar los procesos que componen la dirección estratégica de recursos humanos.
11. Analizar y determinar un diagnóstico de la situación de un destino, recurso o espacio turístico.
12. Realizar un análisis externo e interno y determinar un diagnóstico de la situación comercial de una empresa.
13. Aplicar las técnicas presupuestarias y de planificación estratégica.
14. Aplicar distintas herramientas de análisis de recursos humanos.
15. Identificar la interrelación entre turismo, calidad y sostenibilidad.
16. Utilizar las políticas de gestión de la calidad (ISO, EFQM, etc.) como elemento estratégico de las empresas del sector turístico.
17. Identificar las políticas medioambientales y de sostenibilidad como elemento diferenciador del sector turístico.
18. Aplicar el marketing estratégico como fuente de ventaja competitiva para las entidades turísticas.
19. Definir políticas comerciales en las empresas y productos turísticos, en base a técnicas de segmentación e investigación de mercados.
20. Decidir los diferentes elementos que configuran un plan de marketing y saber elaborarlo.
21. Identificar y evaluar nuevas oportunidades de negocio en el sector.
22. Identificar los recursos y capacidades necesarios para el desarrollo de nuevas empresas.
23. Valorar y seleccionar alternativas, estableciendo cauces de acción apropiados para la Implantación y control de las estrategias de recursos humanos.
24. Desarrollar habilidades directivas y de gestión de conflictos.
25. Desarrollar las habilidades necesarias para adaptarse a nuevas circunstancias empresariales.
26. Desarrollar las habilidades necesarias para la resolución de problemas empresariales.
27. Aplicar las técnicas de segmentación e investigación de mercados en el análisis de la información del sector turístico.
28. Analizar la información obtenida en el proceso de investigación comercial.
29. Gestionar los recursos humanos en las organizaciones turísticas.
30. Demostrar un comportamiento ético y de adaptación a distintos contextos interculturales.
31. Tener orientación de servicio al cliente.

Contenidos

1. Sociedad, alimentación y gastronomía: nuevos tipos de restaurantes:
 - a. Restauración moderna.
 - b. Restauración colectiva no comercial.
 - c. Convenios y legislación aplicable.
2. Modelos de empresas de restauración:
 - a. Clasificación de las empresas
 - b. Nuevos conceptos de empresas de restauración y su gestión
3. Gestión analítica de negocios de restauración y control de costas (management):
 - a. Principios de Omnes
 - b. Ingeniería de menús
 - c. Cuentas de resultados y puntos de equilibrio
4. Análisis de modelo de negocio:

a. Modelo CANVAS

5. Marketing de las empresas de restauración:

- a. El restaurante como producto global.
- b. La cadena valiosa de un restaurante.
- c. Comercialización y comunicación.
- d. Técnicas de atención al cliente, orientación a la venta y su fidelización.

6. La gestión de la calidad en las empresas de restauración:

- a. Calidad Total como sistema de gestión.
- b. Gestión por procesos.
- c. Sistemas de calidad aplicables en la restauración.
- d. RRHH y gestión de la calidad: satisfacción del cliente interno y externo.

Actividades formativas y Metodología

Título	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Estudio de casos (inindividual)	18	0,72	1, 4, 31
Casos practicos (en grupo)	40	1,6	5, 9, 13, 14, 17, 24, 26, 31
Trabajo individual	30	1,2	1, 14, 24, 26, 31
Clase magistral	32	1,28	1, 11, 28
Ejercicios	19	0,76	4, 9, 13, 17, 24
Tutorias	9	0,36	

Idioma de impartición: catalán.

Sesiones de clases magistrales . Exposición del contenido teórico del programa de forma clara, sistemática y organizada por parte del profesor (los alumnos tendrán en el CAMPUS VIRTUAL el temario básico de los temas). Se fomentará, en todo momento, la participación de los alumnos en el aula; se valorarán sus aportaciones, reflexiones y dudas. Se reforzará el aprendizaje con la proyección de vídeos didácticos y lectura de artículos relacionados con el temario.

Ejercicios prácticos y estudios de caso. A lo largo del curso se propondrá la realización de varios ejercicios prácticos y estudios de caso, relacionados con la asignatura, se empezarán en el aula y si es necesario tendrán que ser finalizadas fuera del horario de clase.

Visitas: En caso de efectuarse alguna visita externa, la asistencia es obligatoria. Oportunamente se indicará día, hora y lugar de encuentro.

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
Trabajos y casos prácticos (individual y en grupo)	30%	1	0,04	1, 4, 5, 13, 14, 16, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 26, 27, 28, 29, 31
Asistencia y participación	20%	0	0	1, 2, 8, 9, 10, 24, 25, 26
Examen teórico	50%	1	0,04	2, 3, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 30, 31

Es importante la asistencia a las clases, porque la participación enriquece a los contenidos explicados. Se tratan muchos aspectos relacionados con la actualidad y se toman como referencia en la evaluación.

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.

Modalidades de evaluación:

A) EVALUACIÓN CONTINUA

B) EVALUACIÓN ÚNICA

(Previa solicitud de evaluación única a Gestión Académica dentro de los plazos establecidos en el calendario académico-administrativo.)

Dado que se trata de una asignatura con un marcado componente práctico, se recomienda evitar esta modalidad siempre que sea posible.

El calendario de entregas, los contenidos y el resto de la información se publicarán en el Campus Virtual de la asignatura.

RE-EVALUACIÓN

Podrán presentarse a la re-evaluación únicamente los estudiantes que hayan obtenido una calificación final igual o superior a 3,5 e inferior a 5 (esta limitación no se aplica a los estudiantes de evaluación única, que tienen derecho a la re-evaluación sin restricciones).

La modalidad de los exámenes o pruebas de evaluación será determinada por el profesorado de la asignatura.

La fecha y la hora serán las establecidas en el calendario académico y en la Programación Oficial del Centro (véase el calendario de exámenes publicado en la página web).

Uso de la Inteligencia Artificial (IA)

En función de la naturaleza, los resultados de aprendizaje y la finalidad de cada actividad de evaluación, se aplicará uno de los siguientes modelos de uso de la IA. El modelo correspondiente se indicará expresamente en el enunciado de cada actividad.

Modelo 1. Uso prohibido

No se permite el uso de herramientas de IA en ninguna fase de la actividad. La utilización de IA supondrá la calificación de 0 en la actividad, que no será recuperable.

Modelo 2. Uso restringido

Se permite exclusivamente para tareas de apoyo (por ejemplo, búsqueda bibliográfica, corrección lingüística o traducción), según el criterio del profesorado. El estudiante deberá identificar de forma clara las tareas o apartados en los que haya utilizado IA, especificar las herramientas empleadas e incorporar una breve reflexión crítica sobre cómo dicho uso ha influido en el proceso de trabajo y en el resultado final. La falta de transparencia en el uso de la IA supondrá la calificación de 0 en la actividad.

Modelo 3. Uso integrado

Se permite el uso de la IA como herramienta de trabajo, siempre que el resultado final refleje una aportación personal significativa, pensamiento crítico y la consecución de los resultados de aprendizaje de la asignatura. Asimismo, será obligatorio identificar las tareas o apartados en los que se haya utilizado IA, indicar las herramientas empleadas e incorporar una reflexión crítica sobre su impacto en el proceso y en el resultado final. La falta de transparencia en el uso de la IA supondrá la calificación de 0 en la actividad.

Irregularidades en los actos de evaluación

La realización de cualquier irregularidad en un acto de evaluación (fraude académico, plagio o uso indebido de la IA) supondrá que dicho acto será calificado con un 0. En caso de que para superar la asignatura sea requisito imprescindible haber obtenido una nota mínima en ese acto de evaluación, o de que se produzcan varias irregularidades en los actos de evaluación de una misma asignatura, la calificación final de la asignatura será de 0. Asimismo, podrá iniciarse un procedimiento disciplinario contra el estudiante que incurra en cualquiera de estas irregularidades.

Bibliografía

- BIOSCA, DOMENEC. *Cómo dirigir con éxito un restaurante*. Ediciones CDN, Madrid 1993.
- FELIPE GALLEGO, Jesús. - *Gestión de hoteles: nueva visión*. Madrid: Paraninfo, 2002.
- *Gestión de alimentos y bebidas para hoteles, bares y restaurantes*. Madrid: Paraninfo, 2001.
- *Dirección estratégica en los hoteles del siglo XXI*. McGraw Hill Interamericana. Madrid, 1996
- MAESTROS, JUAN R. *Técnicas en gestión y dirección hotelera*. Editorial Gestión 2000. Barcelona, 2003
- ORIOL AMAT y FERNANDO CAMPA, *Contabilidad, control de gestión y finanzas de hoteles*. Editorial PROFIT. Barcelona, 2011.
- ROCHAT, MICHEL. *Marketing y gestión de la restauración*. Editorial Gestión 2000. Enero, 2001
- VALLSMADELLA, Josep Maria. *Técnicas de Marketing y Estrategias para Restaurantes*. Madrid: Pearson Education, 2002.
- Comprender el negocio de la Restauración . *GestionRestaurantes.com* [en línea]. 25 de septiembre de 2007. Disponible en: <http://www.gestionrestaurantes.com/comprender-el-negocio-de-la-restauracion/>
- Modelo CANVAS. <https://www.emprender-facil.com/es/modelo-canvas-plantilla-word/>

Software

.

Grupos e idiomas de la asignatura

La información proporcionada es provisional hasta el 30 de noviembre. A partir de esta fecha, podrá consultar el idioma de cada grupo a través de este [enlace](#). Para acceder a la información, será necesario introducir el CÓDIGO de la asignatura

Tipo de docencia	Grupo	Idioma	Semestre	Turno
(TE) Teoría	1	Español	primer cuatrimestre	mañana-mixto

(TE) Teoría	2	Español	primer cuatrimestre	mañana-mixto
-------------	---	---------	------------------------	--------------