

Titulació	Tipus	Curs
Turisme	OB	3

Professor/a de contacte

Nom : Jordi Datzira Masip

Correu electrònic : jordi.datzira@uab.cat

Prerequisits

No hi ha prerequisits.

Idiomes dels grups

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

Objectius

L'objectiu principal d'aquest curs és el d'aportar als estudiants amb els coneixements teòrics i habilitats pràctiques en la gestió estratègica de les empreses turístiques. Això és especialment important per poder tenir un coneixement pràctic i actualitzat de la gestió estratègica, i com analitzar els obstacles i com 'llegir entre línies', l'estratègia de les empreses del sector. Durant el curs, analitzarem com els factors extens i interns modulen les opcions estratègiques de les empreses, i quines eines hi ha disponibles perquè les empreses puguin definir la millor opció estratègica per tenir èxit empresarial dins el sector del turisme.

El curs té els següents objectius d'aprenentatge:

- Entendre el concepte d'estratègia i els factors que afecten la presa de decisions, implementació i avaluació.
- Entendre la relació entre la planificació estratègica i del rendiment de les empreses.
- Conduir anàlisis organitzatiu, industrial i medi ambiental de les empreses turístiques.
- Entendre com les diferències dels entorns econòmics, socioculturals, polítics i legals dels països, afecten al procés en la presa de decisions i direccions estratègiques.
- Desenvolupar estratègies d'operacions tant a nivell domèstic com internacional.
- Aplicar els conceptes teòrics a situacions actuals que afectin a la internacionalització de les empreses a nivell global.

Resultats d'aprenentatge

1. Desenvolupar una capacitat d'aprenentatge autònom.
2. Manejar les tècniques de comunicació a tots els nivells.
3. Prendre decisions en contextos d'incertesa i ser capaç d'avaluar i preveure les conseqüències d'aquestes decisions a curt, mitjà i llarg terminis.
4. Planificar, organitzar i coordinar el treball en equip, creant sinergies i sabent-se situar al lloc dels altres.
5. Treball en grup.
6. Tenir visió de negoci, captar les necessitats del client i avançar-se als possibles canvis de l'entorn.
7. Demostrar un comportament responsable amb el medi ambient.
8. Analitzar i establir un diagnòstic de la situació d'una destinació, un recurs o un espai turístic.

9. Fer una anàlisi externa i interna i establir un diagnòstic de la situació comercial d'una empresa.
10. Aplicar les tècniques pressupostàries i de planificació estratègica.
11. Identificar i avaluar noves oportunitats de negoci en el sector.
12. Identificar els recursos i les capacitats necessaris per al desenvolupament de noves empreses.
13. Desenvolupar habilitats directives i de gestió de conflictes.
14. Desenvolupar les habilitats necessàries per adaptar-se a noves circumstàncies empresarials.
15. Desenvolupar les habilitats necessàries per a la resolució de problemes empresarials.
16. Demostrar un comportament ètic i d'adaptació a diferents contextos interculturals.
17. Tenir orientació de servei al client.

Continguts

Introducció a l'assignatura Direcció Estratègica de l'empresa turística

Tema 1: El concepte d'estratègia

Tema 2: Les eines de l'anàlisi estratègic

Tema 3: L'entorn macro i l'anàlisi extern

Tema 4: L'anàlisi intern

Tema 5: Estratègies competitives

Tema 6: El creixement i les estratègies de desenvolupament

Tema 7: Les estratègies d'internacionalització

Activitats formatives i Metodologia

Títol	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Elaboració de treballs	15	0,6	1, 3, 6, 7, 11, 12, 13, 14, 15, 16
Presentació pública de treballs	4	0,16	1, 2, 3, 4, 5, 7, 10, 13, 14, 15, 17
Estudi	15	0,6	1
Resolució casos pràctics	30	1,2	1, 3, 4, 5, 6, 13, 14, 15, 17
Classes teòriques	30	1,2	6, 8, 9, 11, 12
Resolució casos pràctics	15	0,6	1, 2, 3, 4, 5, 7, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16
Tutories	24	0,96	1, 6

La metodologia de treball es basa en l'avaluació continua, combinant continguts teòrics, activitats pràctiques a classe, recerca i anàlisis, presentacions, i informes. L'assistència i participació a classe durant el semestre també serà avaluada. Així doncs, les classes seran en format seminari per promoure la participació activa dels estudiants. És important remarcar que el material teòric del curs és necessari per dur a terme les activitats d'avaluació. Nocions teòriques fonamentals i qüestions específiques de la gestió estratègica seran debatudes a classe i aplicades a casos pràctics i treballs.

Nota: es reservaran 15 minuts d'una classe, dins del calendari establert pel centre/titulació, perquè l'alumnat completi 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
Assistència i participació	15%	0	0	2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17
Avaluació final semestre	25%	2	0,08	1, 4, 6, 7, 8, 9, 10, 12, 13, 16, 17
Projecte (grup)	40%	5	0,2	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 16, 17
Activitats pràctiques a classe	20%	10	0,4	2, 3, 4, 5, 8, 9, 11, 12, 14, 16

Avaluació continua

L'avaluació continua es compon per una avaluació (individual), un projecte (grup), dues activitats pràctiques a classe, i l'assistència i participació a classe. Per aprovar l'avaluació continua, els estudiants han d'assolir un mínim de 3,5 sobre 10 en les activitats d'avaluació. Sinó, els estudiants hauran de fer l'avaluació final durant el període d'exàmens.

Resum de les activitats d'avaluació

Activitats pràctiques a classe	20%
Projecte (grup)	40%
Avaluació final de semestre (individual)	25%
Assistència i participació	15%

Avaluació única

L'avaluació única es compon de tres activitats individuals a entregar durant el semestre, i l'avaluació final durant el període d'exàmens.

Activitat 1: Informe de la posició estratègica	20%
Activitat 2: Cas pràctic (presentació i vídeo)	20%
Activitat 2: Informe de les decisions estratègiques i d'implementació	20%
Avaluació final	40%

Avaluacions (avaluació final de semestre, avaluació final, i re-avaluació)

Les avaluacions inclouen el següent format en tres parts:

- Part 1: Quiz (15%)
- Part 2: Preguntes curtes (30%)
- Part 3: Preguntes llargues (50%)

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.

Consideracions ètiques

En cas que l'estudiant realitzi qualsevol irregularitat que pugui conduir a una variació significativa de la qualificació d'un acte d'avaluació, es qualificarà amb 0 aquest acte d'avaluació, amb independència del procés disciplinari que s'hi pugui instruir. En cas que es produeixin diverses irregularitats en els actes d'avaluació d'una mateixa assignatura, la qualificació final d'aquesta assignatura serà 0.

Ús restringit d'eines d'IA

Aquesta assignatura permet l'ús de tecnologies d'Intel·ligència Artificial (IA) exclusivament en tasques de cerca bibliogràfica o cerca d'informació, correcció de textos o traduccions, a criteri i ajustament de professor.

L'estudiant ha de (i) identificar les parts que han estat generades amb IA; (ii) especificar les eines utilitzades; i (iii) incloure una reflexió crítica sobre com aquestes eines han influït en el procés i en el resultat final de l'activitat.

La no transparència en l'ús de la IA en aquesta activitat avaluable es considerarà falta d'honestedat acadèmica i comportarà que l'activitat s'avalui amb un 0 i no es pugui recuperar, o sancions majors en casos de gravetat.

Bibliografia

Bibliografia obligatòria

Evans, N. (2020). *Strategic Management of tourism, hospitality and events* (3rd Ed.). London: Routledge.

Johnson, G. (2015). *Fundamentals of strategy* (3rd Ed.) Harlow: Pearson.

Bibliografia recomanada

Adner, R. and Zemsky, P. (2006). A demand-based perspective on sustainable competitive advantage. *Strategic Management Journal*, 27, 215-239.

Arend, R. J., Zhao, L., Song, M., and Im, S. (2017). Strategic planning as a complex and enabling managerial tool. *Strategic Management Journal*, 38, 1741-1752. DOI: 10.1002/smj.2420

Bowman, E. H., and Helfat, C. E. (2001). Does corporate strategy matter? *Strategic Management Journal*, 22, 1-23.

Campbell, B. A., Coff, R., and Kryscynski, D. (2012) Rethinking sustained competitive advantage from human capital. *Academy of Management*, 37, 3, 376-395. DOI: <http://dx.doi.org/10.5465/amr.2010.0276>

Colbert, B. A. (2004). The complex Resource-Based View: implications for theory and practice in strategic human resource management. *Academy of Management*, 29, 3, 341-358.

Ebben, J. J., and Johnson, A. C. (2005). Efficiency, flexibility, or both? Evidence linking strategy to performance in small firms. *Strategic Management Journal*, 26, 1249-1259

Elbanna, S. and Child, J. (2007). Influences on strategic decision effectiveness: development and test of an integrative model. *Strategic Management Journal*, 28, 431-453. DOI: 10.1002/smj.597

Evans, N., Campbell, D., and Stonehouse, G. (2003). *Strategic Management for travel and tourism*. Oxford: Elsevier.

- Hitt, M. A., Ireland, R.D., Hoskisson, R. E., and Harrison, J. S. (2023). *Strategic Management: competitiveness and globalization. Concepts and cases*. Singapore: Cengage learning.
- Huang, L., and Knight, A. P. (2017). Resources and relationships in entrepreneurship: and exchange theory of the development and effects of the entrepreneur-investor relationship. *Academy of Management*, 42, 1, 80-102. DOI: <http://dx.doi.org/10.5465/ami.2014.0397>
- Hult, T. M., Ketchen, D. J. JR., and Arrfelt, M. (2007) Strategic supply chain management: improving performance through a culture of competitiveness and knowledge development. *Strategic Management Journal*, 28, 1035-1052. DOI: 10.1002/smj.627
- Inkpen, A. C., and Tsang, E. W. K. (2005). Social capital, networks, and knowledge transfer. *Academy of Management*, 30, 1, 146-165.
- Jawahar, I. M., and McLaughlin, G. L. (2001). Toward a descriptive stakeholder theory: an organizational life cycle approach. *Academy of Management*, 26, 2, 397-414.
- Kang, S-C., Morris, S. S., and Snell, S. A. (2007). Relational archetypes, organizational learning, and value creation: extending the human resource architecture. *Academy of Management*, 32, 1, 236-256.
- Kirtley, J., and O'Mahony, S. (2023) What is a pivot? Explaining when and how entrepreneurial firms decide to make strategic change and pivot. *Strategic Management Journal*, 44, 197-230. DOI: 10.1002/smj.3131
- Lieberman, M. B., and Asaba, S. (2006). Why do firms imitate each other? *Academy of Management*, 31, 2, 366-385.
- Priem, R. L. (2007). A consumer perspective on value creation. *Academy of Management*, 32, 1, 219-235.
- Rodriguez, P., Uhlenbruck, K., and Eden, L. (2005). Government corruption and the entry strategies of multinationals. *Academy of Management*, 30, 2, 383-396.
- Schmidt, J., and Keil, T. (2013). What makes a resource valuable? Identifying the drivers of firm-idiosyncratic resource value. *Academy of Management*, 38, 2, 206-228. DOI: <http://dx.doi.org/10.5465/amr.2010.0>
- Scott, S. G., and Lane, V. R. (2000). A stakeholder approach to organizational identity. *Academy of Management*, 25, 1, 43-62.
- Song, M., Calantone, R. J., and Di Benedetto, A. C. (2002). Competitive forces and strategic choice decisions: an experimental investigation in the United States and Japan. *Strategic Management Journal*, 23, 969-978. DOI: 10.1002/smj.258
- Wunder, T. (2019). *Rethinking strategic management: sustainable strategizing for positive impact*. CSR, Sustainability, Ethics & Governance.
- Yin, X., and Shanley, M. (2008). Industry determinants of the "Merger versus Alliance" decision. *Academy of Management*, 33, 2, 473-491.

Programari

- MS Teams/Zoom
- MS Office

Grups i idiomes de l'assignatura

La informació proporcionada és provisional fins al 30 de novembre.
A partir d'aquesta data, podreu consultar l'idioma de cada grup a través d'aquest [enllaç](#). Per accedir a la informació, caldrà introduir el CODI de l'assignatura

Tipus de docència	Grup	Idioma	Semestre	Torn
-------------------	------	--------	----------	------

(TE) Teoria	1	Anglès	segon quadrimestre	matí-mixt
(TE) Teoria	2	Anglès	segon quadrimestre	matí-mixt