

DOBLE TITULACIÓ GRAU EN TURISME I GLL /GRAU EN ADMINISTRACIÓ D'EMPRESES I GI

300311 - ESTRATÈGIA COMPETITIVA DE L'EMPRESA TURÍSTICA

Informació general

- Tipus d'assignatura : Obligatòria
- Coordinador : Alex Araujo Batlle
- Curs: Tercer
- Trimestre: Primer
- Crèdits: 6
- Professorat:
 - Jordi Oller Nogués <jollier@tecnocampus.cat>

Idiomes d'impartició

- Anglès

Competències que es treballen

Bàsica

- CB2. Que els estudiants sàpiguen aplicar els seus coneixements al seu treball o vocació d'una forma professional i posseeixin les competències que solen demostrar-se per mitjà de l'elaboració i defensa d'arguments i la resolució de problemes dins de la seva àrea d'estudi.
- CB3. Que els estudiants tinguin la capacitat de reunir i interpretar dades rellevants (normalment dins de la seva àrea d'estudi) per a emetre judicis que incloguin una reflexió sobre temes rellevants d'índole social, científica o ètica.
- CB4. Que els estudiants puguin transmetre informació, idees, problemes i solucions a un públic tant especialitzat com no especialitzat.

Específica

- CE1. Interpretar conceptes econòmics bàsics i el raonament econòmic, així com el funcionament microeconòmic i macroeconòmic.
- CE2. Definir la política de l'empresa en entorns internacionals i infondre una dimensió global i internacional als negocis empresarials.
- CE3. Analitzar i valorar els estats comptables, avaluar el rendiment econòmic i elaborar informes financers.
- CE4. Avaluar i definir les polítiques de personal d'una empresa o organització empresarial, seleccionar equips de treball, definir perfils i establir necessitats de personal.
- CE5. Analitzar contextos empresarials, identificar mercats i clients i establir estratègies de màrqueting mitjançant la utilització de tècniques avançades i innovadores.
- CE6. Interpretar normativa legal i d'organització institucional i gestionar informació d'àmbit empresarial.
- CE7. Elaborar projectes i propostes d'empreses innovadores..
- CE8. Organitzar les operacions productives de l'empresa.
- CE9. Utilitzar instruments matemàtics i eines avançades d'estadística per a la presa de decisions.
- CE10. Reconèixer i comprendre els mecanismes d'innovació i empenedoria i desenvolupar una idea de negoci.
-

CE11. Analitzar i valorar l'entorn científicotecnològic i econòmic, per buscar oportunitats innovadores i establir processos necessaris per adaptar l'organització.

- CE12. Generar habilitats estratègiques contemplant l'entorn com un projecte.
- CE13. Crear connexions entre persones, col·laboradors i empreses posant en contacte a gent que en circumstàncies normals no coincidirien.
- CE14. Identificar els sectors emergents i les estratègies d'innovació empresarial.
- CE15. Reunir i interpretar dades per emetre judicis que incloguin una reflexió sobre temes rellevants d'àmbit empresarial.
- CE16. Comunicar amb propietat de forma oral i escrita en almenys una tercera llengua estrangera.
- CE1. Interpretar els principis del turisme pel que fa a la seva dimensió espacial, social, cultural, política, laboral i econòmica i identificar les tipologies d'espais i destinacions turístiques i els principals agents turístics que operen en ells, tant públics com privats.
- CE2. Analitzar els impactes que genera el turisme en els seus aspectes econòmics, socials i mediambientals i aportar solucions innovadores.
- CE3. Analitzar les principals estructures polític-administratives turístiques i interpretar el marc legal que regula les activitats turístiques.
- CE4. Convertir un problema "empíric" en un projecte de recerca i elaborar conclusions.
- CE5. Aplicar una marcada orientació de servei al client i manejar tècniques de comunicació.
- CE6. Avaluat els potencials turístics i l'anàlisi prospectiva de la seva explotació a través de models de gestió innovadors.
- CE7. Analitzar, sintetitzar i resumir críticament la informació econòmic-patrimonial de les organitzacions turístiques.
- CE8. Dirigir diferents tipus d'entitats turístiques definint objectius, estratègies, polítiques comercials i gestionant els recursos financers.
- CE10. Reunir i interpretar dades significatives per a emetre judicis que incloguin una reflexió sobre temes rellevants d'àmbit empresarial i ser capaç d'elaborar un document que permeti transmetre informació o una proposta empresarial innovadora en l'àmbit del turisme.
- CE11. Gestionar els espais territorials turístics d'acord amb principis de sostenibilitat.
- CE12. Dominar els procediments operatius de les empreses d'allotjament, restauració i intermediació turística.
- CE13. Interpretar l'estratègia, els objectius i els instruments públics de la planificació turística.
- CE14. Reconèixer i aplicar les tecnologies de la informació i les comunicacions (TIC) en els diferents àmbits del sector turístic.
- CE15. Interpretar un pla públic en matèria turística i les oportunitats que es deriven per al sector privat.
- CE16. Planificar i gestionar els recursos humans de les organitzacions turístiques.
- CE18. Comprendre les característiques de la gestió del patrimoni cultural i ser capaç d'elaborar iniciatives innovadores per a la seva posada en valor com a atractiu turístic.
- CE19. Detectar les necessitats per a la planificació tècnica d'infraestructures i instal·lacions turístiques.
- CE20. Comunicar amb propietat de forma oral i escrita en almenys una llengua estrangera.

General

- CG1. Ser capaç de treballar en equip, participant activament en les tasques i negociant davant opinions discrepants fins a arribar a posicions de consens, adquirint així l'habilitat per a aprendre conjuntament amb altres membres de l'equip i crear nous coneixements.
- CG2. Ser capaç d'innovar desenvolupant una actitud oberta enfront del canvi i estar disposats a re-avaluar els vells models mentals que limiten el pensament.
- CG3. Integrar els valors de la justícia social, la igualtat entre homes i dones, la igualtat d'oportunitats per a tots i especialment per a les persones amb discapacitat, de manera que els estudis d'Administració d'Empreses i Gestió de la Innovació contribueixin a formar ciutadans i ciutadanes per a una societat justa, democràtica i basada en la cultura del diàleg i de la pau.

Transversal

- CT1. Comunicar amb propietat de forma oral i escrita en les dues llengües oficials a Catalunya.
- CT2. Mostrar disposició per a conèixer noves cultures, experimentar noves metodologies i fomentar l'intercanvi internacional.
- CT3. Mostrar disposició per a conèixer noves cultures, experimentar noves metodologies i fomentar l'intercanvi internacional.
- CT4. Dominar les eines informàtiques i les seves principals aplicacions per a l'activitat acadèmica i professional ordinària.
- CT5. Desenvolupar tasques aplicant amb flexibilitat i creativitat els coneixements adquirits i adaptant-los a contextos i situacions noves.

Descripció

Estudi de l'estratègia empresarial per aprendre a plantejar les possibles actuacions de l'empresa turística i poder determinar els avantatges competitius de les destinacions turístiques.

Nota: L'aula (física o virtual) és un espai segur, lliure d'actituds masclistes, racistes, homòfobes, trànsfobes i discriminatòries, ja sigui cap a l'alumnat o cap al professorat. Confiam que entre totes i tots puguem crear un espai segur on ens puguem equivocar i aprendre sense haver de patir prejudicis d'altres.

Resultats d'aprenentatge

- Analitzar i predir els elements que componen l'entorn general i l'específic i la importància de la seva influència sobre les organitzacions.
- Determinar els avantatges competitius de les destinacions i plantejar possibles actuacions estratègiques de l'empresa turística
- Analitzar i avaluar la competència empresarial i identificar mercats i clients

Metodologia de treball

La metodologia de l'assignatura es basa no només en les exposicions magistrals del professor de l'assignatura, sinó, paral·lelament, en diverses activitats (comentaris de textos, treballs d'ampliació, intervencions orals, anàlisi de senzilles decisions diàries, debats on-line...) amb la preocupació de fer participar a l'alumne i provocar les inquietuds de millorar les estratègies competitives de les empreses i organitzacions turístiques mitjançant diversos tipus d'activitats.

Per a la realització i avaluació d'aquestes activitats es treballarà en grups i es realitzaran tutories per part del docent amb els grups.

La metodologia concreta dels treballs pràctics serà:

Primera activitat: Anàlisi estratègic de l'empresa o destinació turística, i determinació de les propostes estratègiques d'actuació. S'haurà de treballar en grup, buscar informació, valorar la informació, debatre idees, defensar opinions i redactar un document final que serà presentat a classe.

Es valorarà: Grau de coneixement del tema, comprensió de tema, profunditat del treball, opinions expressades, qualitat de la informació, reflexions col·lectives, interpretació de la informació, desenvolupament escrit, presentació del treball.

El treball es realitzarà en grup i s'exposarà davant dels altres alumnes. Cadascun dels alumnes podrà aportar esmenes i comentaris als treballs presentats pels altres grups. La nota serà en funció de la qualitat de la exposició i la capacitat per recollir i integrar les aportacions dels companys i del professor. Així mateix, també es valoraran les aportacions individuals als treballs dels altres grups. Amb aquesta metodologia podrem valorar totes i cadascuna de les competències descrites en aquest programa.

Aquesta assignatura disposa de recursos metodològics i digitals per fer possible la seva continuïtat en modalitat no presencial en el cas de ser necessari per motius relacionats amb la Covid-19. D'aquesta forma s'assegurarà l'assoliment dels mateixos coneixements i competències que s'especifiquen en aquest pla docent.

El Tecnocampus posarà a l'abast del professorat i l'alumnat les eines digitals necessàries per poder dur a terme l'assignatura, així com guies i recomanacions que facilitin l'adaptació a la modalitat no presencial.

L'aula (física o virtual) és un espai segur, lliure d'actituds masclistes, racistes, homòfobes, trànsfobes i discriminatòries, ja sigui cap a l'alumnat o cap al professorat. Confiam que entre totes i tots puguem crear un espai segur on ens puguem equivocar i aprendre sense haver de patir prejudicis d'altres.

Continguts

Tema 1. Estratègia empresarial

- 1.1 Concepte d'estratègia
- 1.2 Concepte de Mercat competitiu

Tema 2. L'entorn

- 2-1 Concepte d'amenaça i oportunitat
- 2-2 Concepte de punt fort i punt feble

Tema 3. El microentorn

- 3-1 Concepte de triangle de l'estratègia
- 3-2 Concepte de valor afegit
- 3-3 Concepte d'avantatge competitiu
- 3-4 Concepte de Cadena de Valor

Tema 4. El macroentorn

- 4-1 Concepte d'anàlisi PEST
- 4-2 Relació entre macro i micro-entorn

Tema 5. Segmentació i Posicionament

- 5-1 Concepte de segmentació
- 5-2 Concepte de Posicionament

Tema 6. Aliances estratègiques i creixement

6-1 Concepte d'aliança estratègica

6-2 Concepte i classificació de formes de creixement

Activitats d'aprenentatge

AF1. Sessions teòriques

AF3. Treball en grup

AF4. Treball individual

AF5. Estudi personal

AF7. Tutories presencials

AF10. Recerca, lectura i elaboració de comentaris de text sobre bibliografia/informació a través de les TICs/plataforma virtual

Sistema d'avaluació

L'avaluació de l'assignatura serà en funció de:

Un examen, a final del trimestre, que suposarà un 50% de la nota. La nota final de l'examen ha de ser com a mínim de 5 punts per a aprovar.

La preparació de un treball pràctic (desglossat en diverses activitats) on l'alumne demostrarà la seva capacitat i habilitat per dissenyar e implementar estratègies a les empreses, organitzacions i destinacions turístiques. 40% de la nota.

10% Assistència a jornades, conferències i/o altres activitats.

Recuperació. En cas que un estudiant hagi suspès podrà anar a la recuperació, però només d'aquelles parts que no hagi superat (a excepció del 10% de l'assistència a jornades que no es podrà recuperar), mantenint-se els percentatges esmentats sobre la nota final.

Recursos

Bàsics

Bibliografies

- Conley, Chip (2017). PEAK: How Great Companies Get Their Mojo from Maslow. Revised and Updated. 2nd Edition. New York: John Wiley & Sons
- Johnson G., Scholes K. (2005). "Dirección Estratégica. Análisis de la estrategia de las organizaciones". Madrid. Ed. Prentice Hall.
- Oller Nogués, J (1997) "Creación y mejora de Empresas Turísticas". Bilbao. Ed. Deusto.
- Oller Nogués, J. (2021). Slides notes created by PhD. Jordi Oller I Nogués, available in the virtual campus.

Complementaris

Enllaços web

- The Basics of Tourism Market Segmentation
THR. (s.d.). Retrieved September 2 2021, from <https://www.thr.es/en/basics-of-tourism-market-segmentation>
- The rise of the platform economy
Deloitte. (s.d.). Retrieved September 2 2021, from <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/nl/Documents/humancapital/deloitte-nl-hc-reshaping-work-conference.pdf>