

## 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 : Judith Turrión Prats
- Curs: Tercer
- Trimestre: Primer
- Crèdits: 6
- Professorat:
  - Jordi Oller Nogués <[jollier@tecnocampus.cat](mailto:jollier@tecnocampus.cat)>

#### Idiomes d'impartició

- Anglès

#### Competències que es treballen

##### Bàsica

- CB1. Que els estudiants hagin demostrat posseir i comprendre coneixements en una àrea d'estudi que parteix de la base de l'educació secundària general, i se sol trobar a un nivell que, si bé es recolza en llibres de text avançats, inclou també alguns aspectes que impliquen coneixements procedents de l'avantguarda del seu camp d'estudi.
- CB5. Que els estudiants hagin desenvolupat aquelles habilitats d'aprenentatge necessàries per a emprendre estudis posteriors amb un alt grau d'autonomia.

##### Específica

- CE9. Treballar en mitjans culturals diferents, aportant solucions als diferents problemes que es presenten.

##### 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 de generar idees i solucionar problemes, tant de manera individual com col·lectiva.
- CG3. Ser capaç de generar idees i solucionar problemes, tant de manera individual com col·lectiva.
- CG4. Ser capaç d'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 de Turisme i Gestió de l'Oci 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. Formular raonaments crítics i ben argumentats, emprant per a això terminologia precisa, recursos especialitzats i documentació que avaluï aquests arguments.
- CT4. Mostrar habilitats emprenedores de lideratge i direcció, que reforcin la confiança personal i redueixin l'aversió al risc.
- CT5. Dominar les principals aplicacions de les eines informàtiques i les noves tecnologies per a l'activitat acadèmica ordinària.
- CT6. Desenvolupar tasques de manera autònoma amb una correcta organització i temporalització del treball acadèmic.
- CT7. Desenvolupar la capacitat d'avaluar les desigualtats per raó de sexe i gènere per dissenyar sol·lucions.

## Descripció

---

Estudi de l'estratègia empresarial per aprendre a plantejar les possibles actuacions de l'empresa turística i poder determinar els avantatges competitiu 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 competitiu 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 competitiu 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 podem valorar totes i cadascuna de les competències descrites en aquest programa.

## 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 varies 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, Jordi (1997). "Creación y mejora de Empresas Turísticas". Bilbao. Ed. Deusto.
- Oller Nogués, Jordi. (2022). Slides notes created by PhD. Jordi Oller I Nogués, available in the virtual campus.

### Complementaris

Enllaços web

- Metaverse beyond the hype  
International Journal of Information Management. (s.d.). Retrieved September 2 2022, from <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2022.102542>
-

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>

- Tourism, the SDGs (Sustainable Developments Goal) and partnerships  
Journal of Sustainable Tourism.(s.d). Retrieved September 2 2022, from <https://doi.org/10.1080/09669582.2021.1982953>