

Guia docent de l'assignatura "Planificació estratègica de l'empresa turística"

1. IDENTIFICACIÓ

- ✓ **Nom de l'assignatura:** Planificació estratègica de l'empresa turística
- ✓ **Codi:** 101208
- ✓ **Titulació:** Grau de Turisme
- ✓ **Curs acadèmic:** 2017-2018
- ✓ **Tipus d'assignatura:** obligatòria
- ✓ **Crèdits ECTS (hores):** 6 (150h)
- ✓ **Període d'impartició:** 2ⁿ semestre
- ✓ **Idioma en que s'imparteix:** anglès
- ✓ **Professorat:** Vera Butkouskaya
- ✓ **Correu electrònic:** vera.butkouskaya@gmail.com

2. PRESENTACIÓ

Crear un negoci no és fàcil, com tampoc ho és que aquest funcioni, i que a sobre ho faci millor que els teus competidors. No obstant això, hi ha empreses que són capaços de fer-ho. Aquesta assignatura no pretén presentar receptes màgiques per aconseguir-ho, però sí oferir una guia de mètodes i tècniques que possibiliten que tenir èxit en una empresa no es degui únicament i exclusivament a la bona sort. Al llarg del curs veurem com factors externs a l'empresa condicionen l'estratègia a seguir, com l'estructura del mercat pot també condicionar-la, i com aquesta es selecciona i s'implementa. Finalment, veurem com les empreses diversifiquen o internacionalitzen els seus mercats i destacarem breument les tendències més actuals en aquesta disciplina.

3. OBJECTIUS FORMATIUS

Al final de l'assignatura els alumnes haurien de ser capaços de:

1. Identificar els factors econòmics, socials, polítics o tecnològics que condicionen l'estratègia d'una empresa i / o un sector.
2. Identificar els factors clau que determinen la rendibilitat d'un sector.
3. Identificar noves oportunitats de negoci en els diferents subsectors turístics.
4. Identificar els recursos i capacitats necessaris per dur a terme una determinada estratègia empresarial.

5. Valorar i seleccionar alternatives, establint mecanismes apropiats per a la implantació i control d'estratègies.
6. Entendre la importància de la internacionalització empresarial, així com la seva complexitat.
7. Desenvolupar habilitats directives i de gestió de conflictes.
8. Extrapolar experiències i prendre decisions en base a les millors pràctiques empresarials (benchmarking)

4. COMPETÈNCIES I RESULTATS D'APRENENTATGE

CE4. Aplicar els conceptes relacionats amb els productes i empreses turístiques en els diferents àmbits del sector

CE 4.2. Analitzar i determinar un diagnòstic de la situació d'una destinació, recurs o espai turístic.

CE 4.3. Realitzar una anàlisi interna i externa i determinar un diagnòstic de la situació comercial d'una empresa.

CE 4.4. Aplicar les tècniques pressupostàries i de planificació estratègica.

CE11. Tenir iniciativa i esperit emprenedor per crear i gestionar empreses i productes del sector turístic.

CE 11.1. Identificar i avaluar noves oportunitats de negoci en el sector

CE 11.2. Identificar els recursos i capacitats necessaris per al desenvolupament de noves empreses

CE13 Proposar solucions alternatives i creatives a possibles problemes en l'àmbit de la gestió, la planificació, les empreses i els productes turístics.

CE 13.2 Desenvolupar habilitats directives

CE16 Extrapolar experiències i prendre decisions a partir de les característiques de diversos models turístics, la seva potencialitat i la seva evolució.

CE 16.1. Desenvolupar les habilitats necessàries per adaptar-se a les noves circumstàncies empresarials.

CE 16.2. Desenvolupar les habilitats necessàries per a la resolució de problemes empresarials.

COMPETÈNCIES TRANSVERSALS

CT1. Desenvolupar una capacitat d'aprenentatge de forma autònoma

CT4. Fer servir les tècniques de comunicació a tots els nivells.

CT5. Prendre decisions en contextos d'incertesa així com ser capaç d'avaluar i preveure les conseqüències d'aquestes decisions a curt, mitjà i llarg termini.

CT6. Planificar, organitzar i coordinar el treball en equip, creant sinèrgies i sabent situar-se al lloc dels altres.

CT8. Mostra un comportament ètic en les relacions socials així com adaptar-se a diferents contextos interculturals.

CT9. Tenir un comportament responsable amb l'entorn mediambiental, social i cultural.

CT10. Treball en grup.

CT12. Tenir orientació de servei al client.

CT13 Tenir visió de negoci, captar les necessitats del client i avançar-se a possibles canvis de l'entorn

5. TEMARI I CONTINGUTS

L'assignatura s'estructura en vuit temes principals:

Tema 1. Posició estratègica

1. **Què és l'estratègia empresarial?** Parlarem dels orígens de l'estratègia i del seu desenvolupament al llarg de les últimes dècades. Introduïrem els conceptes de missió i visió de l'empresa.
2. **L'entorn de l'empresa.** Veurem com els factors polítics, econòmics, socials i tecnològics poden condicionar el nostre funcionament o les estratègies envers el nostre negoci. Aprofitarem per introduir la tècnica d'anàlisi per escenaris i el mètode Delphi.
3. **Anàlisi industrial.** Tota empresa opera en un sector on ha de lluitar amb els competidors, però també amb clients, proveïdors i empreses que produeixen productes similars. Depenent de la força relativa de cada un d'ells, parlarem de sectors més o menys atractius. Aprofitarem aquest tema per presentar breument diverses mesures de rendiment econòmic.
4. **Anàlisi interna.** Els factors externs o el mercat en el qual operem no són els únics factors que ens condicionaran. Els recursos i capacitats amb què comptem també contribuiran al fet que tinguem d'adoptar una o altra estratègia. Introduïrem el concepte de "cadena de valor".

Tema 2. Implementació de l'estratègia

5. **Estratègies competitives.** Presentarem la teoria de l'estratègia competitiva de Porter i discutirem les tres estratègies genèriques: lideratge en costos, diferenciació i focalització.
6. **Implementació de l'estratègia.** Una vegada que hem definit l'estratègia, és hora de fer una elecció i de passar a la pràctica. En aquest tema parlarem de l'anàlisi de cartera de productes, així com també de les fusions i adquisicions.
7. **Internacionalització.** Les empreses, fins i tot les petites, cada vegada han d'operar en mercats més globals. En alguns casos la internacionalització ha estat la manera de salvar-se ... o fins i tot d'esdevenir un referent en el mercat. Internacionalitzar però, no és fàcil, i moltes vegades presenta riscos a tenir en compte i afrontar.

Tema 3. Estratègia en acció

8. **Orientacions estratègiques.** A la secció es discutiran estratègies de creixement i decisions a nivell corporatiu.
9. **Tendències contemporànies d'estratègia.** En aquest tema parlarem de temes actuals de management que no hagin estat coberts en temes anteriors. Com ara, control de l'estratègia, gestió del canvi, etc.

6. BIBLIOGRAFIA RECOMANADA

Per a aquesta assignatura utilitzarem com a referència el següent llibre d'estratègia:

- Johnson, Gerry; Scholes, Kevan; i Richard Whittington (2011): Fundamentals of Strategy. (2^a Edició) FT Prentice Hall

A més a pot utilitzar aquestes referències:

- Cathy A. Enz (2010): Hospitality Strategic Management: Concepts and Cases, (2^a Edició) John Wiley and Sons
- Grant, RM (2012): Contemporary Strategy Analysis, (8a Edició), Ed. Blackwell.
- Thompson, Arthur; Peteraf, M; Stirkland AJ; i John I. Gamble (2011): Crafting and Executing Strategy: the Quest for Competitive Advantage, Ed. McGraw Hill.

Utilitzarem també casos d'estudi i retallades d'articles que estaran disponibles al **Campus Virtual**.

7. METODOLOGIA DOCENT

El curs es basa en les següents metodologies d'ensenyament-aprenentatge:

1) Metodologia de la part teòrica del curs: Classes magistrals basades en l'aula amb explicacions sobre els diferents temes del programa. Les classes teòriques seran audiovisuals (presentacions en power point, visualització de vídeo per donar suport a la teoria, etc.).

2) Metodologia de la part pràctica del curs: Preparació i presentació a classe d'estudis de casos relacionats amb explicacions teòriques. Aquests exercicis i casos es basen en l'anàlisi de les activitats de les empreses.

3) Metodologia de la part d'aprenentatge de classe externa del curs (Campus Virtual): La plataforma Campus Virtual s'utilitzarà per compartir informació i mitjans alternatius a l'aula entre estudiants i mestres. Campus Virtual contindrà el perfil del curs, material teòric addicional en digital de, casos i exercicis, enllaços a llocs web, etc.

4) Projecte de negoci. Una de les habilitats clau per treballar en aquest curs és desenvolupar un esperit emprenedor per crear i gestionar productes i empreses del sector turístic. Per aconseguir-ho, part del curs es farà servir per dur a terme un projecte empresarial, centrat en temes de naturalesa estratègica (definició de producte, anàlisi de l'entorn i tendències, definició de mercat, competidors ...). Aquest treball es realitzarà en grups i inclourà el lliurament d'un document provisional, que serà analitzat i debatut amb el professor.

ACTIVITATS FORMATIVES

Activitats	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Tipus: Dirigides			
Classes teòriques	35	1.4	CE4.6 CE4.7 CT4 CT5 CT 13
Resolució casos pràctics i projecte empresarial	29	1.16	CE13.3 CE13.4 CT1 CT4 CT10 CT13
Activitats autoavaluació	1	0.04	CE1.1. , CE4.1., CT4, CT10
Tipus: Supervisades			
Tutories	25	1	CE4.6 CE4.7 CT4
Tipus: Autònomes			
Resolució casos pràctics i projecte empresarial	25	1	CE4.6 CE4.7 CE13.3 CE13.4 CT1 CT5 CT6 CT10 CT11
Preparació de Projecte per a presentar	10	0.4	CE4.6 CE4.7 CE13.3 CE13.4 CT1 CT5 CT6 CT10 CT11
Estudi	25	1	CE4.6 CE4.7 CE13.3 CE13.4 CT1 CT11 CT13
Total:	150		

8. SISTEMA D'AVALUACIÓ

Aquesta assignatura serà avaluada de la següent manera:

1. Avaluació contínua:

a) Activitats pràctiques: Finalització i presentació dels exercicis i casos discutits a classe, lliurats dins el termini establert. Això representarà el 20% de la qualificació final.

b) Projecte Empresarial: Preparació i presentació en un grup d'un Projecte Empresarial de la creació d'un nou negoci, centrat en els temes estratègics. El professor requerirà el lliurament de versions provisionals per validar el contingut i la classe de Presentació. Això representarà el 30% de la qualificació final.

c) Controls periòdics: 2 (dos) exàmens basats en els materials teòrics. Això representarà el 50% de la nota final.

- Els exàmens parcials comprenen unes 20 preguntes, que poden orientar-se teòricament (qüestions conceptuals) o tenen una naturalesa més pràctica (problemes de càlcul). Algunes de les preguntes de l'examen proporcionaran respostes d'opció múltiple i altres estaran obertes.
- Els exercicis i casos seran recollits pels instructors durant el curs, típicament durant les classes pràctiques.

Per aprovar l'assignatura cal obtenir un puntuació **superior a 5 (cinc) de mitjana** (activitats pràctiques, projecte Empresarial i control periòdic).

Títol	pes	hores	ECTS	Resultats de l'aprenentatge
a. Activitats pràctiques	20%	40	1.6	CE4, CE4.2 4.3 4.4
b. Projecte de negoci	30%	40	1.6	CE16 CE16.1 CE16.2 CE13 CE 13.2
c. Exàmens	50% (25% cadascun)	4	0.16	CE1, CE1.1

Si els estudiants no obtenen una qualificació **mínima de 5 a través de les avaluacions contínues de 1.**

(a), (b) i (c), mostrades a dalt, poden realitzar un examen final. L'examen final es porta a terme d'acord amb el calendari de les activitats acadèmiques, que s'informa a la guia de l'estudiant o al web del centre. La nota de l'examen final serà el 100% de la qualificació final.

2. En lloc de les avaluacions contínues de 1. (a), (b) i (c), mostrades a dalt, els estudiants tenen l'opció de **realitzar directament l'examen final**. La nota de l'examen final serà el 100% de la qualificació final.

Els estudiants amb **una nota entre 3,5 i 4,9** en l'examen final tindran l'oportunitat de tornar a fer **l'examen de reavaluació**, d'acord amb el calendari de les activitats acadèmiques, que s'informa a la guia de l'estudiant o al web de l'escola. Si aquests estudiants superen l'examen de reavaluació, **la seva qualificació final serà 5.**

9. PLANIFICACIÓ DE LA DOCÈNCIA

Setmana	Tema	Mètode	Hores
1	Presentació del curs (objectius, metodologia, avaluació, preparació del projecte, etc.); Tema 1.	classe teòrica	4
2	2. Entorn empresarial. Com fer un estudi de cas.	classe teòrica Cas d'estudi	4
3	Tema 3. Estudi de cas entorn empresarial.	classe teòrica	4
4	Com crear un pla de negocis. Anàlisi de casos.	Preparació de projecte Cas d'estudi	4
5	4. Anàlisi interna. Cas Anàlisi interna	classe teòrica Cas d'estudi	4
6	Com presentar una Idea de Negoci.	Preparació de projecte examen 1	4
7	5. Estratègies competitives	classe teòrica presentacions estudiants	4
8	Tema 6.I. Estudi de cas Estratègies competitives	classe teòrica Cas d'estudi	4
9	Tema 6.II. Estudi de cas	classe teòrica Cas d'estudi	4
10	7. Internacionalització Estudi de cas Internacionalització	classe teòrica preparació projecte	4
11	Tema 8.	classe teòrica Cas d'estudi	4
12	Tema 9.	classe teòrica Cas d'estudi	4
13	Conclusions del curs.	classe teòrica presentacions estudiants;	4
14	Cas d'estudi presentacions estudiants	presentacions estudiants; examen 2	4

10. EMPRENEDORIA I INNOVACIÓ

Les qüestions relacionades amb l'esperit empresarial i la innovació es desenvolupen a partir de les dues activitats: exercicis pràctics orientats i estudis de casos com a metodologia utilitzada i, a partir del procés d'avaluació. Els exercicis pràctics i els casos es basaran en les activitats reals dins de les empreses orientades a l'empresa (vegeu la secció VII "Metodologies docents"). A més, el desenvolupament del Pla de Negocis. També està programat per veure un parell de vídeos sobre el tema de Gestió Estratègica. Pel que fa a l'avaluació del tema, es realitzarà una part de les activitats pràctiques (20%), que serà la autoavaluada pels alumnes encoratjant a això la presa de decisions i les habilitats d'autoanàlisi com iniciatives.