

## ***Guía docente de la asignatura “Temas de Dirección Hotelera”***

### **1. IDENTIFICACIÓN**

---

- ✓ **Nombre de la asignatura:** Temas de Dirección Hotelera
- ✓ **Código:** 101234
- ✓ **Titulación:** Grado de Turismo
- ✓ **Curso académico:** 2018-19
- ✓ **Tipo de asignatura:** Optativa
- ✓ **Créditos ECTS (horas):** 6 (150)
- ✓ **Período de docencia:** 4º Curso / 1º Semestre
- ✓ **Idioma en que se imparte:** catalán, castellano e inglés
- ✓ **Profesorado:** Varios. Coordinación B. Santolalla
- ✓ **Correo electrónico:** beatriz.santolalla@uab.cat

### **2. PRESENTACIÓN**

---

La configuración de la planta hotelera actual a nivel mundial ha cambiado sustancialmente en los últimos años para dar así servicio a un cliente que solicita una atención personalizada y adaptada a sus necesidades actuales en cualquier lugar del mundo.

Las tecnologías que han puesto al alcance de todos destinos lejanos con nuevos modelos de viaje, han provocado modificaciones relevantes en las diferentes formas de gestión de compañías hoteleras en todo el mundo y la búsqueda de nuevas estrategias de negocio en términos de organización que les permita su expansión.

Por tanto, los grupos hoteleros han tenido que vehicular diferentes vías para la gestión comercial, operativa, recursos humanos, y jurídica que les permita y facilite la dirección de todos sus establecimientos ubicados en cualquier lugar del mundo sin que por ello deban perder su identidad.

### **3. OBJETIVOS FORMATIVOS**

---

Al finalizar la asignatura el alumno deberá ser capaz de:

1. Identificar conceptos y elementos de la dirección comercial (introducción, operativa y estrategia).
2. Analizar estrategias. Procesos de planificación. Viabilidad y sostenibilidad.
3. Relacionar internacionalización y globalización.
4. Distinguir procesos de internacionalización. Modelos y tipologías. Análisis de casos.

#### **4. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE**

---

##### **COMPETENCIAS ESPECÍFICAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE**

CE1. Demostrar que conoce y comprende los principios básicos del turismo en todas sus dimensiones y áreas.

###### **RESULTADOS DE APRENDIZAJE**

CE1.7. Identificar las bases que dan lugar a la creación de nuevas tendencias en el sector turístico.

CE2. Identificar el marco legal que regula las actividades turísticas y a las entidades que las desarrollan.

###### **RESULTADOS DE APRENDIZAJE**

CE2.6. Aplicar el derecho público y privado a los nuevos productos, actividades y otras formas de turismo.

CE10. Argumentar de forma crítica desde las diferentes perspectivas teóricas, ideológicas y de buenas prácticas, la realidad que rodea al sector turístico.

###### **RESULTADOS DE APRENDIZAJE**

CE10.3. Argumentar las buenas prácticas, las tendencias y los planteamientos más actuales ante los retos que el desarrollo del turismo comporta.

CE11. Tener iniciativa y espíritu emprendedor para crear y gestionar empresas y productos del sector turístico.

###### **RESULTADOS DE APRENDIZAJE**

CE11.4 Distinguir las iniciativas, proyectos turísticos y negocios más relevantes y actuales con el objeto de impulsar el espíritu emprendedor en la creación y mejora de empresas y productos turísticos.

CE13. Proponer soluciones alternativas y creativas a posibles problemas en el ámbito de la gestión, la planificación, las empresas y los productos turísticos.

**RESULTADOS DE APRENDIZAJE**

CE13.8. Aplicar las distintas herramientas de gestión y planificación que permitan impulsar el desarrollo del sector turístico.

CE14. Innovar tanto en la planificación y comercialización turística como en la gestión de organizaciones turísticas.

**RESULTADOS DE APRENDIZAJE**

CE14.1. Identificar las tendencias más actuales y las mejores prácticas para innovar en la planificación, dirección y comercialización en las entidades, productos y organizaciones turísticas.

CE16. Demostrar que conoce el funcionamiento de la evolución de diversos modelos turísticos para seleccionar el más idóneo y aplicarlo en el entorno actual.

**RESULTADOS DE APRENDIZAJE**

CE16.3. Extrapolar experiencias del estudio y exposición de ejemplos y casos reales del sector turístico

**COMPETENCIAS TRANSVERSALES**

CT1. Desarrollar una capacidad de aprendizaje de forma autónoma

CT4. Manejar las técnicas de comunicación a todos los niveles.

CT5. 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.

CT6. Planificar, organizar y coordinar el trabajo en equipo, creando sinergias y sabiendo situarse en el lugar de los otros.

CT7. Gestionar los recursos humanos en las organizaciones turísticas.

CT8. Demostrar un comportamiento ético y de adaptación a distintos contextos interculturales.

CT9. Demostrar un comportamiento responsable con el medioambiente.

CT10. Trabajo en grupo

CT11. Planificar y gestionar actividades en base a la calidad y sostenibilidad.

CT12. Tener orientación de servicio al cliente.

CT13. Tener visión de negocio, captar las necesidades del cliente y avanzarse a los posibles cambios del entorno

## **5. TEMARIO Y CONTENIDOS**

---

El curso está configurado por cuatro grandes módulos para cada una de una de las diferentes áreas de gestión / implementación a nivel internacional:

### **Módulo Operaciones y RRHH**

1. Presentación e Introducción al módulo de Operaciones y Recursos Humanos. Evolución de los Grupos Hoteleros internacionales los últimos 10 años.
2. Estructura funcional de las Cadenas Hoteleras internacionales. Organigrama y funciones de los departamentos.
3. Departamento Operaciones y Departamento de RRHH. Herramientas para la satisfacción de los clientes.
4. Programas de fidelización (Cliente Interno & Cliente Externo). Responsabilidad Social Corporativa.
5. Gestión de los RRHH. Filosofía de empresa. Programas de promoción. Proceso de selección. Orientación-Trainings.

### **Módulo Comercial**

1. Introducción
2. El modelo comercial en grupos internacionales de hoteles: análisis
  - Análisis PESTLE
  - Análisis SWOT
  - La distribución
  - Posicionamiento
3. Comercialización tradicional
  - Global Distribution Systems (GDS)
  - Agencias de viaje (AAVV)
  - Turoperadores (TTOO)

- Grupos
  - Ferias Internacionales de Turismo
4. Ventas Online
- Online Travel agencies (OTA)
  - Website corporativo (SEO y SEM)
  - Metabuscadores
5. Gestión de la experiencia del cliente. Las redes sociales y el mundo de las Reviews

### **Módulo Jurídico**

1. Modelos de explotación hotelera en la implantación en otros países. Estudio particular del contrato de gestión hotelera y de franquicia hotelera
2. Contratos relacionados con el alojamiento

## **6. BIBLIOGRAFÍA RECOMENDADA**

---

### **BIBLIOGRAFÍA BÁSICA**

**1** La que sea entregada al alumno directamente por cada profesor.

- Rey Moreno, M. (2015). Dirección de marketing turístico, Ed: Pirámide (Capítulo 7, Distribución e intermediación turística)
- Rodríguez Antón, J.A, Alonso Almedia, M.<sup>a</sup> del Mar (2014), Organización y dirección de empresas hoteleras, Ed: Síntesis
- Fernández Casado, A (2014). Manual práctico de dirección de hoteles, marketing y ventas online del siglo XXI
- Franch Fluxà, J. (2015). *Manual de contratación turística*. Barcelona: Atelier.
- Barba de Vega, J. y Calzada Conde, M.<sup>a</sup> A. (2015), *Introducción al Derecho Privado del Turismo*. Cizur Menor: Aranzadi.
- Bercovitz Rodríguez-Cano, R. (Dir.) (2013), *Tratado de Contratos*, Vols. I a V. Valencia: Tirant lo Blanch.

- Barth, S.C. i Hayes, D.K. (2009). Hospitality Law: Managing Legal Issues in the Hospitality Industry. New Jersey: Wiley.
- Morris, K.L., Cournoyer, N.G i Marshall, A.G. (2008). Hotel, Restaurant and Travel Law : A Preventive Approach. New York: Delmar.

## 7. METODOLOGÍA DOCENTE

---

La asignatura funciona en base a tres metodologías de enseñanza-aprendizaje:

a) Metodología de la parte teórica de la asignatura:

Explicaciones presenciales en el aula de los diferentes módulos que serán impartidos por un profesional de la materia.

b) Metodología de la parte práctica de la asignatura:

Realización y exposición (en su caso) ejercicios y actividades (individuales o en equipo)

c) Metodología de la parte no presencial de la asignatura (Campus Virtual):

La plataforma Virtual empleará como complemento de información y medio de comunicación.

### ACTIVIDADES FORMATIVAS

Tipo	Actividad	Horas	ECTS	RESULTADOS DE APRENDIZAJE
Actividades dirigidas	Clases teóricas	65	2,6	CE1.7 / CE2.6 / CE10.3 /CE11.4 / CE13.8 / CE14.1./ CE16.3
Actividades supervisadas	Tutorías	15	0,6	CE1.7 / CE2.6 / CE10.3 /CE11.4 / CE13.8 / CE14.1./ CE16.3
Actividades autónomas	Ejército / casos	70	2,8	CE1.7 / CE2.6 / CE10.3 /CE11.4 / CE13.8 / CE14.1./ CE16.3
<b>TOTAL</b>		150	6	

## 8. SISTEMA DE EVALUACIÓN

---

El sistema de evaluación se organiza en 4 módulos con el mismo valor en la configuración de la nota final. Así pues, la nota global de la asignatura se calculará haciendo la media

aritmética de los cuatro módulos a razón de un 25% para cada uno siendo condición indispensable para poder hacer la media que en las cuatro partes obtenga al menos una nota de 4.

### **TRES OPCIONES DE EVALUACIÓN**

#### A) EVALUACIÓN CONTINUA:

La evaluación continua de todos los módulos se organiza con la realización de actividades autónomas (prácticas, comprensión de textos, trabajos de grupo y / o individuales, exposiciones en el aula, pruebas de consolidación, trabajos de curso, etc.).

El profesor / a de cada módulo establecerá al principio de curso la relación de actividades a realizar, fechas y periodicidad de la entrega, evaluaciones, etc. con el porcentaje de incidencia sobre la nota final de todos los contenidos objeto de evaluación continua.

### **ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN**

<b>Título</b>	<b>Peso</b>	<b>Horas</b>	<b>ECTS</b>	<b>RESULTADOS DE APRENDIZAJE</b>
Operaciones y RRHH - Actividades	50%	30	1,2	CE1.7 / CE2.6 / CE10.3 / CE11.4 / CE13.8 / CE14.1./ CE16.3
Comercialización - Actividades	25%	15	0,6	CE1.7 / CE2.6 / CE10.3 / CE11.4 / CE13.8 / CE14.1./ CE16.3
Jurídico- Actividades	25%	15	0,6	CE1.7 / CE2.6 / CE10.3 / CE11.4 / CE13.8 / CE14.1./ CE16.3

#### **Módulo Operaciones y RRHH**

- Asistencia Clase: 20%
- Caso práctico Grupal: 40%
- Evaluación individual: 30%
- Participación Clase: 10%

#### **Módulo Comercial**

- 50% Ejercicio grupal (máximo 3 personas) sobre las herramientas comerciales de las cadenas de hoteles
- 25% Participación / preguntas individuales realizadas durante las clases

- 25% Trabajo individual sobre los "key Learning" adquiridos por el alumno

### **Módulo Jurídico**

Para superar la evaluación continua, el alumnos deberán entregar un trabajo grupal de carácter práctico al finalizar este módulo, y que estará relacionado con alguno de los aspectos señalados en el temario. En este sentido, durante el periodo de clase, los alumnos:

- a. Serán guiados por el profesor para supervisar su trabajo y resolver dudas y preguntas.
- b. Deberán realizar ejercicios relacionados con el caso práctico y participarán activamente en los debates de clase.

La nota de este módulo se establecerá al 100% según el resultado obtenido en la realización del trabajo escrito de carácter grupal antes mencionado.

\*\*\*\*\*

Los alumnos que no superen la asignatura, mediante la evaluación continua, pasarán a ser evaluados por el sistema de evaluación única, no teniendo en cuenta ninguna de las notas obtenidas.

B) EVALUACIÓN ÚNICA: Examen final (toda la materia).

Día y hora establecidos, según calendario académico, a la Programación Oficial del Centro (EUTDH).

Habrà un único tipo de examen final, no habiendo diferencia entre los alumnos que no hayan superado satisfactoriamente la evaluación continua y aquellos que no lo hayan seguido.

C) RE-EVALUACIÓN:

Día y hora establecidos, según calendario académico, a la Programación Oficial del Centro (EUTDH).

Dirigida a los alumnos que en la evaluación final hayan obtenido una nota igual o superior a 3,5 y menor de 5, se podrán presentar al examen de re-evaluación para poder superar la asignatura. La calificación máxima de esta re-evaluación no superará el 5 como nota final.

## 9. PLANIFICACIÓN DE LA DOCENCIA

---

SEMANA	TEMA	MÉTODO	HORA S
1	Presentación asignatura	Clase magistral	3
2	RRHH / Operativa	Clase magistral / practica	3
3	RRHH / Operativa	Clase magistral / practica	3
4	RRHH / Operativa	Clase magistral / practica	3
5	RRHH / Operativa	Clase magistral / practica	3
6	RRHH / Operativa	Clase magistral / practica	3
7	RRHH / Operativa	evaluación final	3
8	Comercialización Internacional	Clase magistral / practica	3
9	Comercialización Internacional	Clase magistral / practica	3
10	Comercialización Internacional	Clase magistral / practica	3
11	Comercialización Internacional	evaluación final	3
12	Jurídico	Clase magistral / practica	3
13	Jurídico	Clase magistral / practica	3
14	Jurídico	Clase magistral / practica	3
15	Jurídico	evaluación final	3

## 10. EMPRENDIMIENTO E INNOVACIÓN

---

Esta materia debe potenciar la disposición del alumno a proponer soluciones ante los problemas planteados (creatividad) ya saber planificar las acciones para que las soluciones escogidas es lleven a cabo, definiendo y cuantificando los recursos necesarios.

La creatividad tiene relación con la capacidad para generar ideas nuevas viables, que influyan en la manera de hacer negocios. Implica la adquisición de capacidades para crear nuevos productos, servicios o procedimientos. Se puede definir como la capacidad de abordar situaciones de manera original dentro de un contexto determinado y responder satisfactoriamente.