



Centre adscrit



UNIVERSITAT DE
BARCELONA

PROGRAMA

Grado de Turismo

Curso 2022/23

Código-Asignatura	064414 – Dirección Internacional de Empresas Hoteleras			
Curso	4º	Créditos	3 ECT	
Bloque temático	Dirección hotelera		Tipo asignatura	Mención
Horas presenciales	30	Horas de trabajo dirigido	Horas de trabajo autónomo	45

BREVE DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

El mundo de la gestión hotelera ha cambiado considerablemente en las últimas 3 décadas debido a los grandes cambios en los viajes de vacaciones y de placer, junto con los aumentos generales en los viajes entre diferentes países y regiones. Estos cambios han resultado en que muchos agentes de viajes alteren sus estrategias y comportamiento.

"International Hospitality Management" le dará al alumnado la oportunidad de aprender cómo las cadenas hoteleras más grandes han formulado sus propias estrategias en un mundo cada vez más globalizado y adaptado a las nuevas tecnologías.

El curso se centra en el crecimiento de las mejores Cadenas Hoteleras en las 5 regiones turísticas más importantes del mundo. Reuniremos los últimos desarrollos en operaciones hoteleras globales con principios de gestión contemporáneos. Desarrollaremos una visión crítica de las prácticas de gestión y las teorías tradicionales, analizando qué tan apropiadas son para las industrias de hotelería y turismo en un contexto multicultural.

El curso está diseñado para inculcar una mayor conciencia de los factores culturales que influyen en las estrategias y el rendimiento de las organizaciones internacionales de hospitalidad. Se enfocará en un análisis crítico de la relevancia y aplicación de la teoría y práctica de la administración general a la industria de la hospitalidad.

COMPETENCIAS GENÉRICAS

CG02- Poseer visión de negocio.

CG07- Tomar decisiones y resolver problemas, interpretando y evaluando con esóritu crítico los resultados obtenidos.



Centre adscrit



UNIVERSITAT DE
BARCELONA

PROGRAMA

Grado de Turismo

Curso 2022/23

CG08- Dominar las técnicas de la comunicación oral y escrita para la transmisión de información, ideas, opiniones...

CG09- Trabajar en un contexto internacional

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

CE09- Conocer y manejar las tecnologías de la información y los sistemas de gestión de la información en turismo

CE14- Identificar y gestionar los aspectos internos, funciones y procesos operativos de las unidades de negocio turísticas.

CE17- Entender e implementar estándares de calidad en los procesos del servicio turístico.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

1. Desarrollas competencias relacionadas con la planificación, organización y dirección de la operativa de los establecimientos hoteleros.
2. Conocer las diferentes variables que pueden influir en la creación de la estructura organizativa de un establecimiento turístico.
3. Identificar Sistemas de Gestión de la Calidad y Medio Ambientales más importantes aplicables a empresas de alojamiento turístico.
4. Conocer los principales modelos de gestión hotelera internacional.
5. Conocer las principales tendencias, dinámicas, paradigmas y conflictos observados en la evolución de la actividad hotelera.
6. Gestionar las fases de la apertura de establecimientos hoteleros (obligaciones de la propiedad y obligaciones de la gestora).
7. Valorar la importancia de las asesorías externas.
8. Interpretar los ratios más importantes del sector inmobiliario.

CONTENIDOS TEMÁTICOS

Parte 1 Sector de hostelería y restauración

1.1. Introducción de la asignatura



Centre adscrit



UNIVERSITAT DE
BARCELONA

PROGRAMA

Grado de Turismo

Curso 2022/23

- 1.2. Visión global del sector
- 1.3. El impacto del Covid-19 en el sector
- 1.4. Service Profit Chain

Parte 2 Irruptores en la hostelería y restauración

- 1.5. TQM y el caso de Ritz-Carlton
- 1.6. Innovación, disrupción y el caso de Virgin Hotels
- 1.7. Ventaja competitiva y el caso de Westin
- 1.8. Expansión internacional y el caso de Four Seasons
- 1.9. Economía de experiencias y el Experiencia safari
- 1.10. Culture de servicio y el caso de Taj
- 1.11. Turismo de casinos en España: Hard Rock World y Elysium City
- 1.12. Destinos temáticos y el caso de Disney
- 1.13. El caso del hotel fracasado de McDonald's
- 1.14. Optimización de ingresos de restauración y el caso de Chevy's

METODOLOGÍA DE APRENDIZAJE

Las metodologías de aprendizaje previstas contemplan una diversidad de procesos entre los que cabe destacar aquellos cognitivos vinculados a la comprensión de los principios del turismo y el sistema turístico global, la inclusión de competencias con un mayor componente de capacidades técnicas; así las actividades y dinámicas, tanto de tipo individual como grupal, asociadas para esta asignatura son las siguientes:

- Clases expositivas
- Estudio de casos
- Debate dirigido
- Ejercicios prácticos
- Aprendizaje basado en problemas

SISTEMA DE EVALUACIÓN



Centre adscrit



UNIVERSITAT DE
BARCELONA

PROGRAMA

Grado de Turismo

Curso 2022/23

El sistema de evaluación mide el proceso de aprendizaje del estudiante teniendo en cuenta las competencias y los contenidos de cada asignatura.

Los estudiantes pueden escoger entre la evaluación continua o la evaluación única:

Evaluación Continua: el proceso de enseñanza - aprendizaje es evaluado a través de un seguimiento continuo de las actividades realizadas por los estudiantes durante el semestre y una evaluación individual final. Los estudiantes deben asistir a las clases para ser evaluados mediante la evaluación continua.

Evaluación Única: aquellos estudiantes que no pueden asistir regularmente a clase pueden escoger ser evaluados a través de la evaluación única. El proceso de enseñanza - aprendizaje es evaluado mediante la evaluación de todas las actividades y una prueba individual final.

Para acogerse en esta modalidad hace falta solicitarlo a través del apartado de evaluación del Campus Virtual dentro de los primeros 15 días desde el inicio de la asignatura

La planificación de las actividades de evaluación será pública para los estudiantes desde la fecha de inicio de la asignatura.

Actividades	Tipo	Continuada	Única	Semana de entrega
Quatre Sorpresa	Quiz Individual	40 %	0 %	Semana 13
Proyecto en Grupo	Grupal (continuado)	40 %		Semana 14
Proyecto en Grupo			50 %	Semana 14
Prueba individual final	Individual	60 %	50 %	Semana 15
	TOTAL	100%	100%	

Para aprobar la asignatura es requisito indispensable haber obtenido una nota final mínima de “5”, siempre y cuando el estudiante haya realizado la prueba/s o trabajo/s individuales establecidos en la asignatura. Esta prueba/s o trabajo/s final deben estar calificadas con un mínimo de “4” para poder calcular la media de todas las actividades de evaluación realizadas durante el curso.

Revisión y Reevaluación de la Asignatura



Centre adscrit



UNIVERSITAT DE
BARCELONA

PROGRAMA

Grado de Turismo

Curso 2022/23

El estudiante tiene derecho a la revisión de todas las evidencias de evaluación que hayan sido diseñadas para la valoración de su aprendizaje.

Si el estudiante no consigue lograr los objetivos de aprendizaje de la asignatura, para optar a una reevaluación de asignatura será imprescindible haber obtenido una calificación final de la asignatura entre “4-4.9”, y haberse presentado a la prueba/s o trabajo/s finales individuales del curso.

El proceso de reevaluación sólo implicará modificación del acta de calificación final en caso de que la nueva prueba de evaluación sea aprobada y, en cualquier caso, la calificación máxima será de “5”. Esta calificación hará media con el resto de calificaciones de las actividades de evaluación que haya realizado el estudiante durante el período lectivo correspondiente, teniendo en cuenta los porcentajes establecidos en cada asignatura, configurando la nota final de la asignatura.

FUENTES DE INFORMACIÓN BÁSICA

Benigson, M. (2017) 'Almost Is Not Good Enough': Lessons in retail from Andrew Jennings. The MBS Group;

Despande, R., Raina, A. (2011) The Ordinary Heroes from Taj. Boston Harvard Business Review, 1-11.

Fraiman, N., Green, L., Heching, A., Van Ryzin, G. (2010) The Ritz Carlton Hotel Company The Quest for Excellence. Columbia Business School, 1 – 26.

Hallowell, R., Bowen, D., Knoop, C. (2003) Four Seasons goes to Paris: 53 Properties, 24 Countries, 1 Philosophy. Harvard Business School, 1 -24.

Kimes, S. (2004) Revenue Management: Implementation at Chevys Harrowhead; Cornell Hotel & Restaurant Administration (v. 45-1), 52-67.

Morgan, B. (2020) 25 examples of Covid-inspired customer experience trends in action; Forbes.com

Michel, S., Wooley, C. (2006) McDonald's Adventure in the Hotel Industry. Thunderbird The Garvin School of Management, 1 - 7.

Payne, K., Richman, V. (2016) What time is the 3 PM parade? HVS Hotel Management, 1 – 17.



Centre adscrit



UNIVERSITAT DE
BARCELONA

PROGRAMA

Grado de Turismo

Curso 2022/23

Piazza, J. (2016) Virgin's First Hotel got Rid of Everything We Hate about Hotels. Yahoo, 1 – 15.

Pine II, J., Gilmore, J. (2019) The Experience Economy. Boston: Harvard Business School Press, 1-11.

Solomon, M. (2015) Leadership Lessons from Virgin Hotels. Forbes, 1 - 4.

Snow, D. (2017) Top five customer service mistakes; Dennis Snow & Associates White Paper, 1 – 17.

Sylt, C. (2020) Inside Disney's Internet of Things; Forbes.com

Themed Entertainment Association (2020) Theme Index and Museum Index: The Global Attractions Attendance Report 2019.

Ting, D. (2016) Onefinestay CEO interview: 'The full service hotel is dead'[,],