

# Máster en Dirección de Empresas Hoteleras

Curso: 2018-2019

## Guia docente

Materia: Planificación estratégica en la industria turística y hotelera

Asignatura: Planificación estratégica en la industria turística y hotelera

Periodo: Semestre 2

Profesores:

Dr. Emili Valdero Mora

Publicación para el uso exclusivo de la Facultad de Turismo y Dirección Hotelera Sant Ignasi (Universitat Ramon Llull)

No se permite su reproducción total o parcial

---

MÓDULO: ESTRATEGIA, INNOVACIÓN Y SOSTENIBILIDAD

MATERIA: PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA EN LA INDÚSTRIA TURÍSTICA Y HOTELERA

ASIGNATURA: PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA EN LA INDUSTRIA TURÍSTICA Y HOTELERA

CÓDIGO: MDEH18PEIT

IDIOMA: CASTELLANO

CURSO: 1

PERIODO: SEMESTRE 2

CREDITOS: 10 ECTS

---

## 1. Objetivos de la asignatura

La asignatura La industria turística y hotelera-Gestión de la innovación, tiene los siguientes objetivos principales de aprendizaje para el alumno:

1. Conocer la estructura de la oferta hotelera y de los diferentes segmentos que la componen, así como la relación entre propiedad y gestión de un hotel.
2. Conocer las principales cadenas hoteleras mundiales y sus principales marcas hoteleras.
3. Caracterizar y analizar la demanda hotelera, tanto según el tipo de producto como según el tipo de cliente, y en consecuencia, que el futuro directivo sepa comprender y estructurar todos los elementos necesarios que configuran un producto hotelero de mercado.
4. Comprender el concepto de mercado de un hotel y las diferentes tipologías hoteleras en función del concepto de mercado. Saber incorporar en la gestión del producto hotelero los factores condicionantes del concepto hotelero.
5. Conocer la naturaleza experiencial y los elementos esenciales de los productos turísticos en general, y del producto hotelero en particular.
6. Conocer los elementos esenciales de posicionamiento y diferenciación del producto hotelero, así como las diferentes estrategias competitivas que puede utilizar la Dirección de un hotel.
7. Conocer la importancia de la fidelización del cliente y los elementos básicos de los programas de fidelización.
8. Comprender la innovación como un proceso y saber identificar los principales tipos de innovación en la industria hotelera.

## 2. Competencias desarrolladas

### Básicas

B06 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el

desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación

B07 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio

B08 - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios

B10 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

### **Generales**

G01 - Ser capaz de buscar y gestionar la información procedente de fuentes para tomar decisiones que contribuyan a la consecución de los objetivos de la organización

### **Transversales**

T02 - Fomentar la iniciativa y el espíritu emprendedor para proponer nuevos planteamientos que permitan introducir mejoras competitivas

### **Específicas**

E01 - Liderar la consecución de los objetivos de las empresas hoteleras a través de su dirección teniendo en cuenta criterios medioambientales, socioculturales, éticos y económicos para asegurar los principios del alojamiento sostenible y turismo responsable.

E02 - Identificar los diferentes agentes globales que participan activamente en la configuración del mercado y la industria hotelera para saber cómo competir o cooperar con ellos

E08 - Proponer nuevos productos, servicios, experiencias o procesos para aprovechar oportunidades de mercado alineadas a los objetivos de empresas u organizaciones hotelera

## **3. Contenido**

Sesión 1: El sector del alojamiento. La industria hotelera mundial: hoteles independientes, cadenas hoteleras, cooperativas hoteleras .

Sesión 2: Tipologías de gestión y propiedad hotelera: Gestión por la propiedad, Gestión con contrato de arrendamiento, La franquicia hotelera, El contrato de afiliación de marca común, El contrato de gestión hotelera , El contrato de gestión hotelera con marca paraguas. Los consorcios hoteleros. Los referral groups y el collective quality marking. Los sellos de calidad de las cadenas hoteleras .

Sesión 3: La segmentación de la demanda hotelera. Tipologías de servicios hoteleros. La clasificación hotelera. .

Sesión 4: El concepto de mercado de un hotel Tipologías hoteleras en función del concepto de mercado..

Sesión 5: La creación de la atmósfera del hotel: el servicescape. La implicación del cliente en la generación de la experiencia hotelera. Análisis del posicionamiento hotelero: El brandscape y los segmentos competitivos El conjunto competitivo de referencia (Competitive Reference Set, CRS) .

Sesión 6: Estrategias competitivas y diferenciación del producto hotelero. Estrategia de competencia en precios, diferenciación vertical, diferenciación horizontal y diferenciación focalizada. .

Sesión 7: La fidelización del cliente en la industria hotelera. Los programas de fidelización hotelera. La innovación en la industria hotelera.

Sesión 8: Profesional del sector hotelero invitado en el aula.

#### 4. Metodología de enseñanza

**Exposición del profesor.**

**Ejercicios prácticos.**

**Estudio de casos.**

**Trabajo individual o en grupo.**

**Estudio personal o en grupos de estudio.**

#### 5. Actividades de evaluación

##### **Convocatoria Ordinaria**

- **Trabajo individual de análisis de una cadena hotelera internacional y de un hotel de la cadena (Feb, 28/2019)**

Trabajo académico (Individual - 100%)

Competencias evaluadas: B06, B07, B08, B10, G01, T02, E01, E02, E08

Es de obligado cumplimiento un 80% de asistencia a las sesiones lectivas. De no cumplirse este mínimo el estudiante tendrá que presentarse al examen de recuperación. De darse este caso, la nota máxima en la asignatura será de un 5,5 después de haber aprobado trabajo académico obligatorio.

##### **Convocatoria extraordinaria**

- **Trabajo individual de análisis de una cadena hotelera internacional y de un hotel de la cadena (Jun, 03/2019)**

Trabajo académico (Individual - 100%)

Competencias evaluadas: B06, B07, B08, B10, G01, T02, E01, E02, E08

## 6. Bibliografía

### Lecturas obligatorias

Arcarons, R., Goitia, V. & González, N. (2008) La clasificación hotelera en la Unión Europea: un mercado poco común. *Papers de Turisme*, 43-44, pgs. 49-67.

Becerra, M., Santaló, J. and Silva, R. (2013) Being better vs. being different: Differentiation, competition, and pricing strategies in the Spanish hotel industry. *Tourism Management* 34, 71-79.

Hertog, Pim Den, Gallouj, Faiz and Segers, Jeroen (2011) Measuring innovation in a 'low-tech' service industry: the case of the Dutch hospitality industry. *The Service Industries Journal*, 31, 1429-1449

Lin, Ingrid Y. (2004) Evaluating a servicescape: the effect of cognition and emotion. *Hospitality Management* 23, 163-178.

Martínez-Ros, Ester and Orfila-Sintes, Francina (2009) Innovation activity in the hotel industry. *Technovation* 29, 632-641

Orfila-Sintes, Francina and Mattsson, Jan (2009) Innovation behavior in the hotel industry. *Omega-International Journal of Management Science*, 37, 380-394.

University of Memphis (2009) Resort Definition & Classifications. A Summary Report to Research Participants. Center for Resort and Hospitality Business, Kemmons Wilson School of Hospitality and Resort Management.

Wen-Jung Chen (2011) Innovation in hotel services: Culture and personality. *International Journal of Hospitality Management*, 30, 64-72.

### Lecturas recomendadas

Estis Green, C., and Loman, M. V. (2012) *Distribution Channel Analysis: a Guide for Hotels*. American Hotel & Lodging Association (AHLA) Special Report, Published by the HSMAI Foundation.

[www.hosteltur.com](http://www.hosteltur.com)

[www.hotelsmag.com](http://www.hotelsmag.com)

[www.hotelbusiness.com](http://www.hotelbusiness.com)

[www.ithotelero.com](http://www.ithotelero.com)

## 7. Profesorado

**Dr. Emili Valdero Mora** (Profesor titular) - [emili.valdero@htsi.url.edu](mailto:emili.valdero@htsi.url.edu)

Hora de tutoría: Jueves de 16:00 a 18:00 horas

Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad de Barcelona en 1989, Postgrado de Estadística Aplicada en el Imperial College of Science and Technology de Londres en 1994, Diplomado en Estadística por la Universidad de Barcelona en 1995, Doctor en Ciencias Económicas por la Universidad de Barcelona en 1998. Trabajó en el Servicio de Estudios de La Caixa en los años 1990-1991. Ha sido colaborador de Esade en temas de economía internacional y turismo. Ha publicado varios libros y artículos sobre la economía catalana. Desde diciembre de 2006 a diciembre de 2008 fue Secretario de Comercio y Turismo de la Generalitat de Cataluña.

## 8. Observaciones

- \* La información referente al calendario académico, horarios lectivos, calendario de exámenes y asignación de aulas se publicará oportunamente en el campus virtual y la web pública de la Facultad.
- \* La normativa académica de la Facultad es de obligado cumplimiento para todos los miembros de la misma.
- \* La última sesión de clase contará con un profesional del sector hotelero invitado, la Sra. Núria Galià, Directora de Qualis Consulting Group y Exdirectora de Relais & Chateaux para España, Portugal y Sud-América.