

Codi- Assignatura	064536 - Models i estratègies d'expansió en negocis turístics		
Matèria	Gestió d'empreses i serveis turístics	Curs	Tercer/Quart
Tipus assignatura	Optativa de menció en direcció turística	Crèdits	3 cr. ECTS
Hores presencials	30 hores	Hores de treball autònom	45 hores

BREU DESCRIPCIÓ DE L'ASSIGNATURA

Models i estratègies d'expansió en negocis turístics" és una assignatura optativa que permet als alumnes del Grau de Turisme del CETT adquirir els fonaments per analitzar, justificar i implementar un Pla d'expansió amb una òptica estratègica, operativa i de gestió.

Partint dels diferents models d'expansió dels negocis turístics (especialment del sector retail i restauració), es presenten diferents metodologies per determinar la viabilitat i el dimensionament de l'expansió. Posteriorment es treballen aspectes de gestió immobiliària de locals comercials (lloguer, subarrendament o compra-venda) i finalment es presenten els criteris de localització dels negocis turístics (criteris comercials i econòmics, legals i tècnics).

COMPETÈNCIES GENERALS

CG02- Tenir visió de negoci.

COMPETÈNCIES ESPECÍFIQUES

CE05- Conèixer i aplicar el marc polític, legal i institucionals que regula les empreses i activitats turístiques.

CE06- Analitzar i avaluar el potencial turístic per al disseny de productes, serveis i projectes.

CE10- Comercialitzar productes, serveis i projectes turístics.

CE14- Identificar i gestionar els aspectes interns, funcions i processos operatius de les unitats de negoci turístiques.

CONTINGUTS TEMÀTICS

1. El creixement del negoci turístic.
2. Anàlisi dels diferents models de creixement.
3. Viabilitat i dimensionament de l'expansió.
4. Eines de geomàrketing en les estratègies d'expansió.
5. Elements contractuals de l'arrendament, traspàs, cessió i subarrendament. Impacte en el compte d'explotació.

6. Elements contractuals de la compra-venda. Anàlisi d'inversions.
7. Criteris de decisió de la localització d'un negoci turístic.

METODOLOGIA

En aquesta assignatura les estratègies d'aprenentatge previstes contemplen una diversitat de diferents activitats i accions a fi de donar resposta a l'adquisició de les competències vinculades en aquesta assignatura i que impliquen el desenvolupen de diferents capacitats:

- Classes magistrals
- Visites professionals
- Estudi de casos
- Treballs en grup
- Treballs individuals
- Exercicis pràctics

SISTEMES D'AVALUACIÓ

L'avaluació és el procés de valoració del grau d'assoliment dels aprenentatges per part de l'estudiant en relació a les competències pròpies d'aquesta assignatura.

En aquest sentit l'estudiant podrà optar per ésser avaluat de forma continuada durant el curs o mitjançant una avaluació única al final del període establert.

Avaluació Continuada: consisteix en la valoració del procés d'ensenyament-aprenentatge a partir del seguiment continuat durant el curs del treball que realitza l'estudiant i dels aprenentatges que incorpora.

Avaluació Única: consisteix en la valoració d'aquest procés al final del període establert, per a tot aquell estudiant que, per raons justificades, no pot assistir regularment a les classes presencials. Aquesta valoració es realitza a partir de les evidències que aquesta assignatura té dissenyades a aquests efecte.

Sistemes d'avaluació			Continuada	Única
Treballs realitzats per l'estudiant			50 %	50 %
Prova escrita final			50 %	50 %

Reavaluació de l'Assignatura

En el cas que l'estudiant no aconsegueixi assolir els objectius d'aprenentatge de l'assignatura, té l'opció de seguir un procés de reavaluació, oferint-li la possibilitat de demostrar novament la seva capacitat per a l'assoliment de les competències associades en aquesta assignatura.

FONTS D'INFORMACIÓ BÀSICA

"Expansió a l'empresa familiar de comerç" (Comertia).

"Go! Franquicia. Crecer empresarialment" (Tormo & Asociados).

"Històries d'èxit en retail. 10 anys compartint per competir" (Comertia).

"Històries d'èxit en retail, com generar oportunitats" (Comertia).

"Llei d'Arrendaments Urbans 1995".

www.gestionrestaurantes.com

Informes de gestió immobiliària en trama urbana i en centres comercials de CB Richard Ellis, Cushman & Wakefield, Aquirre Newman, entre d'altres.

T-Cuento (www.t-cuento.com)

Pop Places (www.popplaces.com).

Oxford Institute of Retail Management (<http://www.sbs.ox.ac.uk/ideas-impact/oxirm>).

Institute for Retail Studies - University of Stirling (<http://www.stir.ac.uk/management/research/irs/>)

The Association of Town Centre Management (<https://www.atcm.org/>).