Dirección Estratégica de empresas turísticas

Curso Académico: (2019 / 2020) **Fecha de revisión: 29-04-2019**

Departamento asignado a la asignatura: Departamento de Ingeniería Mecánica

Coordinador/a: FERNANDEZ RODRIGUEZ, ZULIMA MAGDALENA

Tipo: Obligatoria Créditos ECTS : 6.0

Curso : 2 Cuatrimestre : 1

OBJETIVOS

De conocimiento:
- Conocer, desde una perspectiva estratégica, la realidad empresarial de los sectores turísticos.
- Comprender la naturaleza de las decisiones inherentes a la dirección general de la empresa.
- Evaluar diversas alternativas estratégicas de manera crítica y razonada, de acuerdo con criterios encaminados a la creación de valor por parte de la empresa.

Destrezas:
- Manejar con soltura y comprender las principales fuentes de información empresarial.
- Analizar problemas empresariales complejos de manera rigurosa y crítica, alcanzando de este modo conclusiones personales y debidamente razonadas.
- Comunicar y transmitir ideas y conocimientos de manera estructurada y convincente, tanto de manera escrita como oral.

Actitudes:
- Desarrollar actitudes creativas para la evaluación y resolución de problemas.
- Desarrollar una actitud ética y socialmente responsable hacia la práctica empresarial.
- Trabajar de manera efectiva en grupos organizados.

DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS: PROGRAMA

La asignatura proporciona al alumno los principales conceptos y marcos analíticos de la dirección estratégica de la empresa. El alumno, tras cursarla, debería comprender cómo una estrategia adecuada contribuye a la creación de valor mediante el desarrollo de ventajas competitivas. Asimismo, la asignatura se ocupa del proceso de expansión de la empresa, tanto mediante la entrada en nuevos negocios como en nuevos mercados geográficos.
El programa de la asignatura se estructura en tres partes:
Parte primera: Introducción: conceptos generales
- La dirección estratégica en la empresa turística: Objetivos, estrategias y creación de valor
- El gobierno de la empresa

Parte segunda: análisis estratégico
- Análisis externo: el sector industrial. Aplicación a las industrias turísticas
- Análisis interno: recursos y capacidades

Parte tercera: estrategias competitivas.
- La construcción de ventajas competitivas: las palancas de valor
- Las estrategias de negocio: liderazgo en costes y diferenciación

Parte cuarta: estrategias corporativas. El ámbito de actividad de la empresa
- Estrategias de integración vertical: la decisión de hacer o comprar.
- La diversificación en las empresas turísticas
- La expansión internacional de la empresa
- El proceso evolutivo de la empresa
- La cooperación empresarial

ACTIVIDADES FORMATIVAS, METODOLOGÍA A UTILIZAR Y RÉGIMEN DE TUTORÍAS

La docencia de la asignatura se compone de dos actividades principales:

- Clases teóricas: en las que se expondrán y explicarán los principales conceptos de cada tema. Para ello, los alumnos deberán haber consultado con anterioridad a la clase la bibliografía recomendada; el objetivo de la clase será discutir los aspectos principales del tema y resolver las dudas que los alumnos hayan encontrado.

- Clases prácticas: Se basarán en el análisis y discusión de casos prácticos, en especial relacionados con el sector turístico.

- Trabajo en equipo: los estudiantes integrados en grupos de trabajo, deberán elaborar un informe escrito sobre el una empresa donde se aplicarán los conceptos del curso; así como hacer una defensa pública de sus conclusiones.

SISTEMA DE EVALUACIÓN

La adquisición de competencias se evaluará del siguiente modo:

- Examen final escrito (60%).
- Resolución de casos prácticos y realización de trabajo (40%).

Nota mínima en el examen final para poder superar la asignatura: 4

Peso porcentual del Examen Final:	60
Peso porcentual del resto de la evaluación:	40

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

- Grant, R.M. Dirección Estratégica. Conceptos, Técnicas y Aplicaciones, Civitas, 2014

- Guerras Martín, L.A. y Navas López, J.E. Fundamentos de Dirección Estratégica de la Empresa. Teoría y Aplicaciones, Civitas, 2016

- Rodríguez Márquez, A. Nieto, M.J. Fernández, Z. y Revilla Torrejón, A. Manual de creación de empresas, Thompson Reuters, 2014

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

- Gallego, M.A. y Casanueva, C. Dirección y organización de empresas turísticas, Pirámide, 2016

- Martín, I. Dirección y Gestión de Empresas del Sector Turístico, Pirámide, 2005

- Martín-Rojo, I. Dirección y gestión de empresas del sector turístico, Pirámide, 2014

- Rivas, J. Dirección Estratégica de Empresas Turísticas, Pirámide, 2008