Dirección estratégica de empresas

Curso Académico: (2020 / 2021) **Fecha de revisión: 06-07-2020**

Departamento asignado a la asignatura: Departamento de Ingeniería Mecánica

Coordinador/a: FERNANDEZ RODRIGUEZ, ZULIMA MAGDALENA

Tipo: Optativa Créditos ECTS : 3.0

Curso : Cuatrimestre :

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 cursar la asignatura, debería comprender cómo una estrategia adecuada contribuye a la creación de valor mediante la creación 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
La dirección estratégica en la empresa turística: objetivos y estrategias, creación de valor y modelos de negocio
Parte segunda: análisis estratégico
Análisis externo: el sector industrial. Aplicación a la industria turística
Análisis interno: los recursos y capacidades de la empresa
Parte segunda: el nivel competitivo de la estrategia.
La construcción de ventajas competitiva. Las palancas del valor
Las estrategias de negocio: liderazgo en costes y diferenciación
Parte tercera: el nivel corporativo de la estrategia. El ámbito de actuación 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 caso de la empresa turística
Métodos de crecimiento empresarial

ACTIVIDADES FORMATIVAS, METODOLOGÍA A UTILIZAR Y RÉGIMEN DE TUTORÍAS

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

- Clases teóricas: en las que se expondrán y explicarán los principales conceptos de cada tema.

- Clases prácticas:se basaran en el análisis y discusión de casos prácticos. Con anterioridad a cada clase, los alumnos deberán leer y resolver por escrito el caso correspondiente, que después se

discutirá en la clase de prácticas.

SISTEMA DE EVALUACIÓN

La adquisición de competencias se evaluará del siguiente modo:

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

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

- Garrigós, S., Criz Ros, F.J., Narangajavana, K., Yeamduan Dirección estratégica de empresas turísticas, Síntesis, 2017
- Martín, I. Dirección y Gestión de Empresas del Sector Turístico, Pirámide, 2005
- Rivas, J. Dirección Estratégica de Empresas Turísticas, Pirámide, 2008