

Curso Académico: (2024 / 2025)

Fecha de revisión: 23-04-2024

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 turística.

Destrezas:

- Manejar con soltura y comprender las principales fuentes de información empresarial, en especial sobre el turismo.
- 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 turística. 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 turística, 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

1. La dirección estratégica en la empresa turística: Objetivos, estrategias y creación de valor
2. El gobierno de la empresa. Sostenibilidad y empresa turística

Parte segunda: Análisis estratégico

3. Análisis externo: el sector industrial. Aplicación a las industrias turísticas
4. Análisis interno: recursos y capacidades. El caso de las empresas turísticas

Parte tercera: estrategias competitivas.

5. La construcción de ventajas competitivas: las palancas de valor en el negocio turístico
6. Las estrategias de negocio: liderazgo en costes y diferenciación

Parte cuarta: Estrategias corporativas. El ámbito de actividad de la empresa

7. Estrategias de integración vertical: la decisión de hacer o comprar.
8. La diversificación en las empresas turísticas
9. La expansión internacional de la empresa turística
10. El proceso evolutivo de la empresa
11. La cooperación empresarial. Acuerdos específicos del sector turístico

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.
- 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 una empresa del sector turístico donde se aplicarán los conceptos del curso, así como hacer una defensa pública de sus conclusiones.

SISTEMA DE EVALUACIÓN

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

La adquisición de competencias se evaluará del siguiente modo:

- Examen final escrito (60%).
 - Resolución de casos prácticos y realización de un trabajo final (40%).
- Nota mínima en el examen final para poder superar la asignatura: 4

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

- Grant, R.M. Dirección Estratégica. Conceptos, Técnicas y Aplicaciones, Civitas, 2014
- Guerras Martín, L.A. y Navas López, J.E. La dirección Estratégica de la Empresa. Teoría y Aplicaciones, Civitas, 2022
- Rodríguez Márquez, A. Nieto, M.J. Fernández, Z. y Revilla Torrejón, A. Manual de creación de empresas, Thompson Reuters, 2014

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

- Thompson, A.A., Peteraf, M., Gamble, G.E. & Strickland, A.J. Administración estratégica, McGraw Hill, 2023
- Fernández Sánchez, E., Ramírez Alesón, M. Fundamentos para la toma de decisiones en la empresa, Pirámide, 2021
- Gallego, M.A. y Casanueva, C. Dirección y organización de empresas turísticas, Pirámide, 2016
- Martín-Rojo, I. Dirección y gestión de empresas del sector turístico, Pirámide, 2014

RECURSOS ELECTRÓNICOS BÁSICOS

- Ø Rodríguez Márquez, A., Nieto, M. J., Fernández, Z. y Revilla, A. . Manual de Creación de Empresas: http://https://bibliotecas.uc3m.es/permalink/f/1nksr18/34UC3M_ALMA51276078980004213