

PROGRAMA DE LA ASIGNATURA DIRECCIÓN ESTRATÉGICA PARA EMPRESAS TURÍSTICAS

Curso académico: 2014/15

Identificación y características de la asignatura				
Código	401614			Créditos ECTS 6
Denominación	Dirección Estratégica para Empresas Turísticas			
Denominación (ingles)	Strategic Management for Tourism Businesses			
Titulaciones	Máster Universitario en Admón. Organizaciones y Recursos Turísticos			
Centro	Facultad de Estudios Empresariales y Turismo			
Semestre	2º	Carácter	Optativa	
Módulo	Optativas			
Materia	Dirección de Empresas Turísticas			
Profesor/es				
Nombre	Despacho	Correo-e	Página web	
José Álvarez García	49	pepealvarez@unex.es	Campus Virtual	
Área de conocimiento	Economía Financiera y Contabilidad			
Departamento	Economía Financiera y Contabilidad			
Profesor coordinador (si hay más de uno)				
Competencias				
<u>BÁSICAS Y GENERALES</u>				
CB6 - 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				
CB7 - 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				
CB8 - 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				
CB9 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades				
CB10 - 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.				
CG1 - Poseer y comprender conocimientos que permitan la realización de tareas de responsabilidad en el ámbito del turismo.				
CG2 - Capacidad de plantear y defender soluciones en el ámbito de la dirección de organizaciones turísticas				
CG4 - Adquirir y desarrollar una actitud emprendedora como directivo de organizaciones turísticas				
CG3 - Capacidad de hacer presupuestos, planes, programas y estrategias (organización y planificación), en el ámbito de la dirección del turismo.				

- CG5 - Capacidad para trabajar en entornos de presión en la toma de decisiones directivas
- CG6 - Adquisición de habilidades comunicativas orales y escritas a nivel directivo
- CG7 - Motivación por la calidad como directivo de una organización turística
- CG8 - Capacidad de organización personal y de gestión del tiempo como directivo de organizaciones turísticas

TRANSVERSALES

- CT1 - Dominio de las Tecnología de Información y Comunicación.
- CT2 - Capacidad de mostrar una actitud igualitaria ante los derechos y oportunidades entre hombres y mujeres, así como respeto a la accesibilidad universal de las personas discapacitadas y concienciación de los valores democráticos y de una cultura de paz.
- CT3 - Desarrollo del pensamiento crítico en los estudiantes como medio para la mejora de la innovación, la creatividad y el desarrollo de actitudes positivas hacia la justicia social.
- CT4 - Desarrollo de habilidades sociales y de trabajo en equipo.
- CT5 - Fomentar actitudes personales que favorezcan la investigación científica.

ESPECÍFICAS

- CE1 - Comprender los fundamentos legales y empresariales, de la gestión y dirección de organizaciones turísticas.
- CE2 - Dirigir, gestionar y administrar los distintos tipos de organizaciones turísticas.
- CE4 - Utilizar metodologías de análisis de la información e interpretar los resultados en la toma de decisiones directivas en organizaciones turísticas.
- CE5 - Saber dirigir el proceso turístico en un contexto tecnológico actual.
- CE7 - Ser capaz de elaborar y defender un Trabajo Fin de Master, que compendie la formación adquirida a lo largo de las enseñanzas descritas
- CE02 - Conocer y saber utilizar las herramientas básicas de Dirección Estratégica y la innovación en empresas turísticas

Resultados del Aprendizaje

RE4 Poder formular e implementar estrategias competitivas en empresas turísticas

Temas y contenidos

Breve descripción del contenido

Dirección Financiera de Empresas Hoteleras

Evaluación de proyectos de inversión y criterios de selección en el sector hotelero. Análisis a nivel avanzado de fuentes de financiación, estructura financiera y coste de capital en el sector hotelero. Estudio a nivel directivo de diferentes tipos de crédito a largo plazo, medio y corto. Mercados primarios y secundarios

Contabilidad Directiva y Gestión de la Creación de Valor en Organizaciones Hoteleras

Contabilidad directiva. Gestión estratégica de costes, Empresas hoteleras, características y tipología. Sistema de información de costes. Cálculo y gestión de costes. Fijación y gestión de precios. Presupuestación y evaluación de resultados. Elaboración e interpretación de información. Sistemas uniformes (USALI y USAR). Indicadores de gestión hotelera. Cuadro de mando. Coste de calidad. Coste medioambiental e información y control interno

Dirección Estratégica para Organizaciones Hoteleras

Análisis a nivel de mandos directivos de estrategias de crecimiento e internacionalización ; desarrollo externo e interno, Vigilancia estratégica, Inteligencia Competitiva, económica y tecnológica a nivel avanzado; Nuevos enfoques estratégicos, Innovación y actividad emprendedora.

Temario de la asignatura

Denominación del tema 1: Fundamentos de la Dirección Estratégica: concepto y análisis

Contenidos del tema 1: Historia, tipos de estrategia, diseño de la estrategia, funciones

Denominación del tema 2: Análisis del sector y de la competencia: entorno sectorial e interno

Contenidos del tema 2: Análisis y aplicación del sector, ventaja competitiva, factores clave de

Éxito, aplicación de las 5 fuerzas, la teoría de juegos

Denominación del tema 3: Análisis de la ventaja competitiva: Recursos y capacidades, costes, Diferenciación, gestión de la innovación y sectores maduros.

Contenidos del tema 3: los recursos de la empresa, capacidades organizativas, aparición y mantenimiento de la ventaja competitiva, fuentes de las ventajas en costes, naturaleza y mantenimiento de la ventaja en diferenciación

Denominación del tema 4: Estrategia corporativa: sectores globales y empresa diversificada

Contenidos del tema 4: Ventaja competitiva en un contexto internacional, localización de la producción, estrategia de entrada a nivel internacional, globalización y/o diferenciación nacional, la ventaja en la diversificación, gestión de la cartera de negocios, gestión de las relaciones internas

Denominación tema 5 : Nuevas tendencias de la dirección estratégica

Contenidos tema 5: Tendencias en el entorno de la empresa, nuevo pensamiento estratégico, Rediseño de la organización.

		Presencial		Actividad de seguimiento	No presencial
Horas de trabajo del alumno por tema	Total	GG	SL	TP	EP
TEMA	29	8,0	3		18
Tema 1	29	8,0	3		18
Tema 2	29	8,0	3		18
Tema 3	29	8,0	3		18
Tema 4	29	8,0	3		18
Tema 4	29	8,8	3		18
Tema 5	5	5			
Evaluación del conjunto	150,00	45	15,00		90

TOTAL

GG: Grupo Grande (100 estudiantes).

SL: Seminario/Laboratorio (prácticas clínicas hospitalarias = 7 estudiantes; prácticas laboratorio o campo = 15; prácticas sala ordenador o laboratorio de idiomas = 30, clases problemas o seminarios o casos prácticos = 40).

TP: Tutorías Programadas (seguimiento docente, tipo tutorías ECTS).

EP: Estudio personal, trabajos individuales o en grupo, y lectura de bibliografía.

Sistemas de evaluación

Prueba	% sobre el total de la nota
Trabajo en equipo: dirigido por los profesores. Se expondrá en clase	25%
Se tendrá en cuenta la asistencia y participación del alumno en clase	5%
Se realizarán, durante el cuatrimestre, una o varias pruebas	10%
Examen final escrito	60%

Se aplicará el sistema de calificaciones vigente en cada momento; actualmente, el que aparece en el RD 1125/2003, artículo 5º. Los resultados obtenidos por el alumno en cada una de las materias del plan de estudios se calificarán en función de la siguiente escala numérica de 0 a 10, con expresión de un decimal, a la que podrá añadirse su correspondiente calificación cualitativa: 0 - 4,9: Suspenso (SS), 5,0 - 6,9: Aprobado (AP), 7,0 - 8,9: Notable (NT), 9,0 - 10:

Sobresaliente (SB). La mención de Matrícula de Honor podrá ser otorgada a alumnos que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9.0. Su número no podrá exceder del 5 % de los alumnos matriculados en una asignatura en el correspondiente curso académico, salvo que el

Número de alumnos matriculados sea inferior a 20, en cuyo caso se podrá conceder una sola Matrícula de Honor.

Bibliografía y otros recursos

LÉCTURA OBLIGATORIA

Sun Tzu: El arte de la Guerra; <http://perso.wanadoo.es/ddragon/>

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA:

Grant, R.M. (2008). Dirección Estratégica, técnicas y aplicaciones. Editorial Thomsom Civitas, Madrid

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

Abascal Rojas, Francisco (1997): Cómo se hace un plan estratégico. La teoría del márketing estratégico. Esic Editorial. Ackoff, Russell L. Ackoff (1983). Planificación de la empresa del Futuro. Ed. Limusa. México.

AnsotT, H.1. (1984): La Dirección y su actitud ante el entorno. Ed. Deusto. Bilbao. Boston Consulting Group. Ideas sobre estrategia. Deusto, 1999.

Construye tu sueño (2005): Luis María Huete. LID Editorial Empresarial Crespo y Hemández: Empresa e Innovación en Extremadura. Fundación Cotec (1996).

Casanueva Rocha, C. ; García del Junco. J.; Caro González, F.J. (2000): Organización y gestión de empresas turísticas. Ed. Pirámide.

Dess. G; Lumpkin, G.T. Dirección Estratégica. McGrawHill (2003).

David, Fred R. Conceptos de Administración Estratégica. 5ª Edición. Prentice Hall Hispanoamericana S.A (1997).

García Falcón, Juan Manuel. Formulación de Estrategias en las Empresas. Centro de Investigación Económica y Social de Canarias. Madrid, 1987.

Harvard Business Review (1999): Estrategias de Crecimiento. Ediciones Deusto S.A. Hemández Mogollón, Ricardo (1997).

Conquistando la Excelencia, FEP, Caja Rural de Extremadura.

Hemández Mogollón, Ricardo (2000). Empresas Gacela en Extremadura. Ediciones La Coria. Fundación Xavier de Salas.

Hemández Mogollón, Ricardo (2003). Dirección del Conocimiento: desarrollos teóricos y aplicaciones. Ediciones La Coria. Fundación Xavier de Salas. Trujillo.

<http://www.fundacinxavierdesalas.com>

Martín Rojo, 1. (2005): Dirección y Gestión de Empresas del Sector Turístico. Ed.Pirámide.

Horario de tutorías

Tutorías Programadas: No hay

Tutorías de libre acceso: Tutorías de libre acceso

"NOTA: las tutorías se publicarán en la web del Centro y en la puerta del despacho del profesor en los plazos previstos por la Normativa vigente de Tutorías."

En la ficha se incluyen sólo las tutorías del Coordinador de la asignatura. Las del resto de profesores pueden consultarse en la web del centro <http://www.unex.es/conoce-la-unex/estructura-academica/centros/feet/centro/profesores>

	Primer Cuatrimestre	Segundo Cuatrimestre	Periodo no Lectivo de exámenes	Periodo No Lectivo
Lunes				
Martes	20.00 horas a 22.00 horas	20.00 horas a 22.00 horas	20.00 horas a 22.00 horas	
Miércoles	18.00 horas a 20.00 horas	18.00 horas a 20.00 horas	20.00 horas a 22.00 horas	19.00 horas a 22.00 horas
Jueves	16.00 horas a 18.00 horas	16.00 horas a 18.00 horas	20.00 horas a 22.00 horas	19.00 horas a 22.00 horas
Viernes				

Recomendaciones

Durante las clases el profesor presentará un resumen de los temas. Se estima que cada tema ocupará las ocho horas lectivas de una semana. Las clases se plantean como la presentación de las ideas fuerza del tema, comentarios y reflexiones sobre las mismas.

Es conveniente que los alumnos elaboren resúmenes y esquemas de cada tema con carácter previo, y modificarlos o completarlos en las sesiones correspondientes.