

PROGRAMA DE LA ASIGNATURA

Curso académico 2018-2019

IDENTIFICACIÓN Y CARACTERÍSTICAS DE LA ASIGNATURA			
Código	401614	Créditos ECTS	6
Denominación	DIRECCIÓN ESTRATÉGICA PARA EMPRESAS TURÍSTICAS		
Denominación (inglés)	STRATEGIC MANAGEMENT FOR TOURISM BUSINESSES		
Titulación/es	MASTER UNIVERSITARIO EN DIRECCIÓN TURÍSTICA		
Centros	Facultad de Empresa, Finanzas y Turismo (Cáceres)		
Semestre	Segundo	Carácter	Optativa
Módulo/s	Optativa		
Materia/s	Dirección de Empresas Turísticas		
Profesor/es			
Nombre	Despacho	Correo Electrónico	Página web
López-Mosquera García, Natalia	Calidad	nmosquera@unex.es	
Área/s de conocimiento	Economía Financiera y Contabilidad		
Departamento/s	Economía Financiera y Contabilidad		
Profesor coordinador	López-Mosquera García, Natalia		
COMPETENCIAS			
COMPETENCIAS BÁSICAS			
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			
COMPETENCIAS GENERALES			
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
COMPETENCIAS 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.
COMPETENCIAS 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.
CE02 - Conocer y saber utilizar las herramientas básicas de Dirección Estratégica y la innovación en empresas 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.
TEMAS Y CONTENIDOS
Breve descripción del contenido
La asignatura Dirección Estratégica para Empresas Turísticas analiza las estrategias de crecimiento e internacionalización a nivel de mandos directivos; el desarrollo externo e interno, la vigilancia estratégica, la inteligencia competitiva, económica y tecnológica a nivel avanzado; los nuevos enfoques estratégicos, la innovación y la actividad emprendedora.
Temario de la asignatura
Denominación del Tema 1: El Entorno
Contenidos del tema 1:
1.0.- Introducción sobre el proceso de dirección estratégica
1.1.- Estratos y análisis del entorno
1.2.- Herramientas para el análisis del Macroentorno en el sector turístico
1.3.- Herramientas para el análisis del Sector en el sector turístico
Denominación del Tema 2: Análisis de los Recursos y Capacidades de las Empresas turísticas.
Contenidos del tema 2:
2.1.- Análisis e identificación de los Recursos y Capacidades
2.2.- Diagnóstico de los Recursos y Capacidades de la Empresa Turística
Denominación del Tema 3: Estrategias a nivel de Negocio y de Sector.
Contenidos del tema 3:
3.1.- Ventajas competitivas del Sector: Estrategias de Costes y Diferenciación en el sector turístico
3.2.- Estrategias Sectoriales. Ciclo de vida del sector turístico.
Denominación del Tema 4: La dirección de empresas diversificadas en el sector turístico.

Contenidos del tema 4:

- 4.1. Estrategia corporativa y creación de valor
- 4.2. Las unidades estratégicas de negocio
- 4.3. Modelos básicos de dirección en las empresas diversificadas
- 4.4. Las matrices de cartera

Denominación del Tema 5: La estrategia de internacionalización.

Contenidos del tema 5:

- 5.1. La empresa multinacional
- 5.2. La competencia global: factores y estrategias
- 5.3. Estrategias de entrada en mercados exteriores

Seminario 1.- Guía de ayuda para la elaboración del trabajo final de la asignatura.

Seminario 2.- Análisis estratégico. Factores internos y externos.

Seminario 3.- Formulación estratégica de las empresas turísticas.

ACTIVIDADES FORMATIVAS

Horas de trabajo del alumno por tema		Presencial		Actividad de seguimiento	No presencia I	Competencias
Tema	Total	GG	S	TP	EP	
1	20	8			15	CE1
2	20	8			15	CE1, CE4
3	20	8			15	CE1, CE2, CE4
4	20	8			15	CE1, CE2, CE5
5	20	8			15	CE1, CE2, CE5
Seminario 1	15		5		5	CE4, CE5
Seminario 2	15		5		5	CE4, CE5
Seminario 3	15		5		5	CE4, CE5
Evaluación de conjunto	5	5				
Total	150	45	15		90	

GG: Clase en Grupo Grande (entre 40 y 80 alumnos de media según titulación)

S: Clase en Seminario (entre 20 y 40 alumnos de media según titulación: desdoble del GG)

TP: Tutorías Programadas (entre 5 y 8 alumnos de media según titulación)

EP: Estudio personal del alumno, trabajo individual o en grupo, lectura de bibliografía...

METODOLOGÍAS DOCENTES

1. Clases expositivas de teoría y problemas. Método expositivo que consiste en la presentación por parte del profesor de los contenidos sobre la materia objeto de estudio. También incluye la resolución de problemas ejemplo por parte del profesor.
2. Resolución de ejercicios y problemas. Método basado en el planteamiento de problemas por parte del profesor y la resolución de los mismos en el aula. Los estudiantes desarrollan e interpretan soluciones adecuadas a partir de la aplicación de procedimientos de resolución de problemas.
3. Estudio de casos; proyectos y experimentos. Análisis intensivo y completo de un caso real, proyecto, simulación o experimento con la finalidad de conocerlo, interpretarlo, resolverlo,

generar hipótesis, contrastar datos, reflexionar, completar conocimientos, diagnosticarlo y, a veces, entrenarse en los posibles procedimientos alternativos de solución.

4. Aprendizaje a través del aula virtual. Situación de enseñanza/aprendizaje en la que se usa un ordenador con conexión a la red como sistema de comunicación entre profesor y estudiante e incluso entre los estudiantes entre si y se desarrolla un plan de actividades formativas.

5. Tutorización. Situación de enseñanza/aprendizaje en la que el profesor de forma individualizada o en pequeños grupos orienta al estudiante en su aprendizaje.

6. Evaluación. Situación de aprendizaje/evaluación en la que el alumno realiza alguna prueba que sirve para reforzar su aprendizaje y como herramienta de evaluación.

7. Aprendizaje autónomo. Situación de aprendizaje en la que el estudiante de forma autónoma profundiza en el estudio de una materia para adquirir las competencias.

8. Aprendizaje a través de experimentos e investigación. Aplicación de método científico con planteamiento de hipótesis, recopilación de datos, busca información, aplica modelos, contrasta las hipótesis y extrae conclusiones.

Agenda del estudiante

Semana	Actividades de grupo grande	Actividades de seminario o laboratorio	Evaluación	Actividades no presenciales	Total horas
1	6	0		15	21
2	6	5		10	21
3	6	0		15	21
4	6	5		10	21
5	6	5		10	21
6	6	0		15	21
7	4	0	2	15	21
Periodo de exámenes			3		3
Total horas	40	15	5	90	150

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

RE1 Ser capaz de realizar e interpretar información contable de empresas turísticas.

RE2 Saber hacer un análisis financiero de una empresa turística.

RE3 Ser capaz de hacer un plan financiero para una empresa turística.

RE4 Poder formular e implementar estrategias competitivas en empresas turísticas.

CRITERIOS Y SISTEMAS DE EVALUACIÓN

El **sistema de evaluación presencial** consistirá en un examen final que podrá incluir contenidos teóricos y/o prácticos mediante preguntas que podrán ser tipo test, cortas, de desarrollo, o casos prácticos. Esta prueba está dirigida a valorar la comprensión de los conceptos adquiridos en la asignatura, suponiendo el 60% de la calificación final.

Adicionalmente, se realizarán diferentes pruebas de evaluación continua, que contarán con un peso sobre la puntuación final del 40%. Estas pruebas de evaluación continua estarán dirigidas a valorar las actividades realizadas por el alumno a lo largo del desarrollo de las clases. En concreto, el 40% de evaluación continua se desdobra en la elaboración de un trabajo final y su presentación (casos prácticos, proyectos, etc.) con un peso del 25%. El 15% restante se corresponde con la participación del alumno, la correcta realización de las tareas encomendadas que podrán consistir en la resolución de casos prácticos, trabajos individualizados o en grupo, y la realización y exposición oral de trabajos de algunos temas acordados con el profesor.

Las características concretas del examen final serán detalladas por parte del profesor con suficiente anticipación al mismo y, en el marco de los plazos legales establecidos por la Universidad de Extremadura.

Los alumnos para aprobar la asignatura deben obtener por uno u otro sistema de evaluación una calificación **igual o superior a 5 puntos**, siendo obligatorio en todos los casos superar el examen final.

Asimismo, aquellos alumnos que deseen acogerse al **sistema de evaluación no presencial** deberán comunicarlo al profesor-coordinador de la asignatura durante las tres primeras semanas del semestre (art. 4 apartado 6 de la Normativa de Evaluación). Estos alumnos realizarán una prueba final de carácter global, de preguntas de desarrollo, en la que se evaluarán los conocimientos teórico-prácticos y las habilidades adquiridas, así como la comprensión de los temas expuestos en clase y del material complementario. La superación de esta prueba final de carácter global supone la superación de la asignatura

En todos los exámenes **será obligatorio** identificarse de manera oficial (DNI, Pasaporte o documento sustitutivo oficial). Adicionalmente, está prohibida la tenencia de móviles, smartphones, o cualquier otro dispositivo electrónico, incluso estando estos apagados o en reposo. Incumplir estas dos condiciones invalidará la convocatoria a la que se esté concurriendo.

BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía Básica:

- Guerras, J.E. y Navas, J. E. (2015): La Dirección Estratégica de la Empresa. Teoría y aplicaciones (5a ed.), Thomson-Civitas.
- Guerras, J.E. y Navas, J. E. (2014): Casos de Dirección Estratégica de la Empresa, 5ª Ed. (Dúo) Thomson-Civitas.

Bibliografía Complementaria:

- Casanueva Rocha, C.; García del Junco. J.; Caro González, F.J. (2002): Organización y gestión de empresas turísticas. Ed. Pirámide.
- Collis, D.J. (2014): "International strategy: context, concepts and implications", Wiley, West Sussex
- Dess, G. Lumpkin, G. y Eisner, A. (2011). Administración estratégica. Textos y casos. México. Mc Graw Hill.
- Grant, R. (2014). Dirección Estratégica: Conceptos, técnicas y aplicaciones. Madrid-España: Civitas.
- Hernández Mogollón, Ricardo (1997). Conquistando la Excelencia, FEP, Caja Rural de Extremadura.
- Hernández Mogollón, Ricardo (2000). Empresas Gacela en Extremadura. Ediciones La Coria. Fundación Xavier de Salas.
- Hernández Mogollón, Ricardo (2003). Dirección del Conocimiento: desarrollos teóricos y aplicaciones. Ediciones La Coria. Fundación Xavier de Salas. Trujillo. <http://www.fundacionxavierdesalas.com>.
- Johnson, G; Scholes, K.; (2006): Dirección Estratégica, Prentice Hall, Madrid.
- Martín Rojo, I. (2005): Dirección y Gestión de Empresas del Sector Turístico. Ed. Pirámide.
- Navas López, J.E.; Guerras Martín, L.A. (2016): "Fundamentos de Dirección Estratégica de la Empresa", Thomson Reuters-Civitas, Cizur Menor, 2ª edición.
- Porter, M. (1992): Ventaja competitiva, CECSA, Méjico.
- Porter, M. (1992): Estrategia competitiva, CECSA, Méjico.

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

HORARIOS DE TUTORIAS

Tutorías programadas:

El horario oficial de tutorías, una vez aprobado por Consejo de Departamento, estará disponible en la web del centro y en la puerta del despacho de los profesores.

Tutorías de libre acceso:

El horario oficial de tutorías, una vez aprobado por Consejo de Departamento, estará disponible en la web del centro y en la puerta del despacho de los profesores.

RECOMENDACIONES

Se recomienda:

- Un seguimiento continuado y desde el primer día de curso, la asistencia a clase y a las tutorías, tomar apuntes y consultar bibliografía básica.
- Se recomienda una lectura anterior a los temas para facilitar las discusiones y la participación en el desarrollo de las clases.
- Es conveniente que los alumnos elaboren resúmenes y esquemas de cada tema con carácter previo, y modificarlos o completarlos en las sesiones correspondientes.
- Durante las clases el profesor presentará los temas.
- Las clases se plantean como la presentación de las ideas dentro y fuera del tema, comentarios y reflexiones sobre las mismas.
- Lectura de periódicos económicos y noticias de ámbito nacional e internacional para ver su repercusión en el ámbito de la asignatura
- El trabajo continuado y buena planificación desde el primer día ayudarán a la comprensión y conocimiento de los temas tratados.