



FACULTAD DE COMERCIO Y TURISMO
UNIVERSIDAD COMPLUTENSE
DE MADRID

DOBLE GRADO EN TURISMO Y COMERCIO

Asignatura	Dirección Estratégica de Empresas Turísticas	Código	901186
Módulo	Actividad Empresarial	Materia	Dirección Estratégica
Carácter	Obligatoria		
Créditos	6	Presenciales	3.04
		No presenciales	2.96
Curso	Tercero	Semestre	Segundo

Departamento Responsable	Organización de Empresas y Marketing
Coordinador /a	Correo electrónico
Ver lista de Coordinadores	

SINOPSIS

BREVE DESCRIPTOR

Esta asignatura pretende analizar el modelo de dirección estratégica de la empresa y aplicarlo a las empresas del sector turístico tomando en consideración las particularidades de éstas.

CONOCIMIENTOS PREVIOS RECOMENDADOS
No se han establecido prerrequisitos.
OBJETIVOS FORMATIVOS
RESULTADOS DE APRENDIZAJE
<p>Conocer el modelo de dirección estratégica aplicado a las empresas turísticas. Identificar la misión, visión y los diferentes tipos objetivos de las empresas turísticas, así como sus principales mecanismos de gobierno. Ser capaces de realizar análisis externo y análisis interno para poder identificar las oportunidades y amenazas, así como las fortalezas y debilidades de las empresas turísticas. Formular estrategias corporativas y competitivas para las empresas turísticas. Conocer los principales mecanismos para la evaluación e implantación de estrategias en las empresas turísticas.</p>
COMPETENCIAS
<p>Generales</p> <p>CG1. Capacidad de análisis y de síntesis CG4. Razonamiento crítico CG6. Trabajo en equipo</p> <p>Específicas:</p> <p>CE7. Reconocer los principales agentes turísticos CE8. Evaluar los potenciales turísticos y el análisis prospectivo de su explotación CE11. Definir objetivos, estrategias y políticas comerciales CE12. Dirigir y gestionar los distintos tipos de entidades turísticas CE18. Analizar los impactos generados por el turismo y gestionar el territorio de acuerdo con los principios de sostenibilidad CE23. Comprender el funcionamiento de los destinos, estructuras turísticas y sus sectores empresariales en el ámbito mundial</p>
CONTENIDOS TEMÁTICOS (Programa de la asignatura)
<p>PARTE I: INTRODUCCIÓN Tema 1. La naturaleza de la dirección estratégica</p> <ul style="list-style-type: none"> • Las decisiones estratégicas • El proceso de dirección estratégica y su responsabilidad • La dirección estratégica como ámbito de estudio <p>PARTE II: ANÁLISIS ESTRATÉGICO Tema 2. Los objetivos y los valores de la empresa</p> <ul style="list-style-type: none"> • La misión, la visión y los objetivos estratégicos • La creación de valor y los grupos de interés • El gobierno de la empresa

- Los valores de la empresa

Tema 3. Análisis del entorno

- El entorno de la empresa: concepto y tipología
- Análisis del entorno general
- Análisis del entorno específico
- Importancia del análisis del entorno para la competitividad de la empresa

Tema 4. Análisis interno

- El diagnóstico interno de la empresa
- La cadena de valor
- Análisis de los recursos y capacidades
- El análisis DAFO

PARTE III: FORMULACIÓN DE LAS ESTRATEGIAS

Tema 5. Estrategias y ventajas competitivas

- Estrategia y ventaja competitiva
- La ventaja competitiva en costes
- La ventaja competitiva en diferenciación de productos
- La ampliación de las estrategias competitivas de Porter: El “reloj estratégico”
- Estrategias con base en el grado de madurez de la industria

Tema 6. Las direcciones de desarrollo

- El campo de actividad y el desarrollo de la empresa
- La expansión de actividades
- La diversificación de actividades
- La integración vertical
- La reestructuración de la cartera de negocios

Tema 7. Los métodos de desarrollo

- Desarrollo interno y externo
- Fusiones y adquisiciones de empresas
- La cooperación entre empresas

Tema 8. La estrategia de internacionalización

- La empresa multinacional
- La competencia global: factores y estrategias
- Estrategias de entrada en mercados exteriores
- La dirección de la empresa multinacional

PARTE IV: IMPLANTACIÓN DE LAS ESTRATEGIAS

Tema 9. Evaluación e implantación de estrategias

- El proceso de evaluación y selección de estrategias
- La implantación de la estrategia
- La definición del soporte organizativo
- La definición de los sistemas administrativos de apoyo

ACTIVIDADES DOCENTES	% DEL TOTAL DE CRÉDITOS	PRESENCIALIDAD
Asistencia y participación activa en clase	42%	100%
Trabajo guiado	8%	50%
Trabajo autónomo del/la alumno/a	8%	0
Trabajo grupal del/la alumno/a	25%	0

Otras actividades	17%	60%
EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	Participación en la Nota Final	
Pruebas orales y/o escritas	60%	
Presentaciones	20%	
Trabajos e informes	15%	
Participación y actitud del/la alumno/a en clase a lo largo del semestre	5%	

RECURSOS

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA
NAVAS LÓPEZ, J.E.; GUERRAS MARTÍN, L.A. (2016).- Fundamentos de dirección estratégica de la empresa, Civitas, 2ª edición.
BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA
<p>CASANUEVA ROCHA, C; GALLEGO ÁGUEDA, M.A. (2012).- Dirección Estratégica de Organizaciones Turísticas, Pirámide.</p> <p>GARCÍA GÓMEZ, M.C.; MONTORO SÁNCHEZ, M.A. (2010).- Fundamentos de Dirección y Organización de Empresas Turísticas. Editorial Thomson Civitas.</p> <p>GUERRAS MARTÍN, L.A.; NAVAS LÓPEZ, J.E. (2015).- La Dirección Estratégica de la Empresa: Teoría y Aplicaciones, Thomson Civitas, 5ª edición.</p> <p>RIBEIRO, D; LARA, F.; MÁS VERDÚ, F.; PERIS-ORTIZ, M. (2012).- Casos de Dirección Estratégica, Pearson España.</p> <p>- THOMPSON, A.A.; PETERAF, M.A.; GAMBLE, J.E.; STRICKLAND, A.J. (2012).- Administración Estratégica. Teoría y Casos, McGraw Hill, 18ª edición.</p>

Idioma en que se imparte
Español
Otra información
<ul style="list-style-type: none"> • Asistencia y participación activa en clase: clases teóricas (lección magistral: explicar y discutir los conceptos fundamentales) y clases prácticas (discusión de noticias de prensa y casos: acercar al estudiante a la actualidad del sector): 2,5 ECTS. • Trabajo guiado y trabajo grupal del/la alumno/a (presentaciones y exposiciones): 2ECTS. • Trabajo autónomo del/la alumno/a: 1,5 ECTS.

