



FACULTAD DE COMERCIO Y TURISMO  
UNIVERSIDAD COMPLUTENSE  
DE MADRID

## GRADO EN TURISMO

<b>Asignatura</b>	Dirección Estratégica de Empresas Turísticas	<b>Código</b>	800026
<b>Módulo</b>		<b>Materia</b>	Empresa
<b>Carácter</b>	Obligatoria	<b>Créditos</b>	6
<b>Curso</b>	4º	<b>Semestre</b>	1º

<b>Departamento Responsable</b>	Organización de Empresas y Marketing
<b>Coordinador/a</b>	Ver listado de Coordinadores/as <a href="https://comercioyturismo.ucm.es/coordinadores-de-los-grados">https://comercioyturismo.ucm.es/coordinadores-de-los-grados</a>

## SINOPSIS



FACULTAD DE  
COMERCIO Y TURISMO

### 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

- Conocer el modelo de dirección estratégica aplicado a las empresas turísticas.
  - Identificar la misión, visión y los diferentes tipos de 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.

### COMPETENCIAS

#### Generales

- CG1. Capacidad de análisis y de síntesis  
CG4. Razonamiento crítico  
CG6. Trabajo en equipo

#### Específicas

- 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



### CONTENIDOS TEMÁTICOS (Programa de la asignatura)

#### PARTE I: INTRODUCCIÓN

Tema 1. La naturaleza de la dirección estratégica

- Las decisiones estratégicas
- El proceso de dirección estratégica y su responsabilidad
- La dirección estratégica como ámbito de estudio

#### PARTE II: ANÁLISIS ESTRATÉGICO

Tema 2. Los objetivos y los valores de la empresa

- 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



FACULTAD DE  
COMERCIO Y TURISMO

ACTIVIDADES DOCENTES	HORAS	PRESENCIALIDAD
Asistencia y participación activa en clase	45	100
Trabajo guiado	27,5	55
Trabajo autónomo del/la alumno/a	40	0
Trabajo grupal del/la alumno/a	25	0
Otras actividades	12,5	
EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	Participación en la Nota Final	
Pruebas orales y/o escritas	60% (50% examen final // 10% test intermedio no liberatorio)	
Trabajos e informes	30%	
Participación y actitud del/la alumno/a en clase a lo largo del semestre	10%	



## RECURSOS

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA
<p>NAVAS LÓPEZ, J.E.; GUERRAS MARTÍN, L.A. (2016). Fundamentos de Dirección Estratégica de la Empresa, Thomson-Reuters Civitas, 2ª edición.</p> <p>GUERRAS MARTÍN, L.A.; NAVAS LÓPEZ, J.E. (2020). Casos de Dirección Estratégica de la Empresa, Thomson-Reuters Civitas, 6ª edición.</p>
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