

PLAN DOCENTE DE LA ASIGNATURA

Curso académico 2023-2024

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			
Centro	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		Ordenación Académica	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 posibiliten 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.
Contenidos
Breve descripción del contenido
La asignatura Dirección Estratégica para Empresas Turísticas analiza las estrategias competitivas y corporativas a nivel de mandos directivos; los modelos avanzados de desarrollo externo e interno empresarial y los nuevos enfoques estratégicos aplicados al sector turístico.
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 Descripción de las actividades prácticas del tema: Realización del perfil estratégico del entorno y aplicación del modelo de las 10 fuerzas competitivas de Bueno Campos.
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 Descripción de las actividades prácticas del tema: Aplicación de la cadena de valor a una empresa del sector turístico.
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 y la estrategia de Océano Azul.
3.2.- Estrategias Sectoriales. Ciclo de vida del sector turístico.

Descripción de las actividades prácticas del tema: Casos prácticos, lecturas y vídeos que ayuden a identificar las estrategias competitivas en el 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

Descripción de las actividades prácticas del tema: Aplicación de la matriz de Ansoff en el sector turístico e identificación de las distintas estrategias de diversificación a través de lecturas de casos reales.

Denominación del Tema 5: La estrategia de internacionalización y los acuerdos de cooperación.

Contenidos del tema 5:

- 5.1. Estrategias internacionales en el sector turístico
5.2. Los acuerdos de cooperación

Descripción de las actividades prácticas del tema: Casos prácticos, lecturas y vídeos que ayuden a identificar las estrategias de internacionalización y los acuerdos de cooperación.

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

Seminario 2.- Modelo de gestión de bases de datos de clientes de un hotel.

Seminario 3.- Debate sobre ética empresarial.

Actividades formativas*

Horas de trabajo del alumno por tema		Presencial	Actividades prácticas				Actividades de seguimiento	No presencial	Competencias
Tema	Total	GG	PC H	L A B	O R D	SEM	TP	EP	
1	20	8						15	CE1
2	20	8						15	CE1, CE4
3	30	8				5		20	CE1, CE2, CE4
4	33	9				5		20	CE1, CE2, CE5
5	40	10				5		20	CE1, CE2, CE5
Taller TFM	2	2							CE7
Evaluación de conjunto	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.

Sistemas de evaluación*

La modalidad de evaluación continua 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 50% de la calificación final. Adicionalmente, se realizarán diferentes pruebas de evaluación continua, que contarán con un peso sobre la puntuación final del 50%. Estas pruebas de evaluación continua no serán recuperables y estarán dirigidas a valorar las actividades realizadas por el alumno a lo largo del desarrollo de las clases. En concreto, el 50% 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 25% 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.

La elección de la **modalidad de evaluación global** corresponde a los estudiantes, que podrán llevarla a cabo, durante el primer cuarto del periodo de impartición de la asignatura o hasta el último día del periodo de ampliación de matrícula; si este acaba después de ese periodo. Las solicitudes se realizarán, a través de un espacio específico creado para ello en el Campus Virtual. En caso de ausencia de solicitud expresa por parte del estudiante, la modalidad asignada será la de evaluación continua.

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

Bibliografía (básica y complementaria)

Bibliografía Básica:

- Guerras, J.E. y Navas, J. E. (2022): La Dirección Estratégica de la Empresa. Teoría y aplicaciones (6a ed.), Thomson-Civitas.
- Guerras, J.E. y Navas, J. E. (2020): Casos de Dirección Estratégica de la Empresa, 6ª 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 (2003). Dirección del Conocimiento: desarrollos teóricos y aplicaciones. Ediciones La Coria. Fundación Xavier de Salas. Trujillo. <http://www.fundacionxavierdesalas.com>.
- Jiménez Quintero, J.A. (2018). Dirección Estratégica I. Diseño e Implantación de estrategias & Dirección Estratégica II: Desarrollo y Cambio Organizativo. Ediciones Pirámide, Madrid.
- Johnson, G; Scholes, K.; (2006): Dirección Estratégica, Prentice Hall, Madrid.
- Martín Rojo, 1. (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/>

Otros recursos y materiales docentes complementarios

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 fuerza 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.