

PLAN DOCENTE DE LA ASIGNATURA

Curso académico: 2026/2027

Identificación y características de la asignatura					
Código	401614				
Denominación (español)	DIRECCIÓN ESTRATÉGICA PARA EMPRESAS TURÍSTICAS				
Denominación (inglés)	STRATEGIC MANAGEMENT FOR TOURISM BUSINESSES				
Titulaciones	MÁSTER UNIVERSITARIO EN DIRECCIÓN TURÍSTICA				
Centro	FACULTAD DE EMPRESA, FINANZAS Y TURISMO				
Módulo	OPTATIVO				
Materia	DIRECCIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS				
Carácter	OPTATIVO	ECTS	6	Semestre	2
Profesorado					
Nombre		Despacho		Correo-e	
López-Mosquera García, Natalia		61		nmosquera@unex.es	
Área de conocimiento	Economía Financiera y Contabilidad				
Departamento	Economía Financiera y Contabilidad				
Profesor/a coordinador/a (si hay más de uno)	Natalia López-Mosquera García				
Competencias/ Resultados de aprendizaje					
COMPETENCIAS BÁSICAS Y 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					
CG3 - Capacidad de hacer presupuestos, planes, programas y estrategias (organización y planificación), en el ámbito de la dirección del turismo.					
CG4 - Adquirir y desarrollar una actitud emprendedora como directivo de organizaciones turísticas					
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					
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.

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.

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 Máster, que compendie la formación adquirida a lo largo de las enseñanzas descritas.

Contenidos

Descripción general 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

Denominación del tema 1: Análisis estratégico externo

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 1: Realización del perfil estratégico del entorno y aplicación del modelo de las 10 fuerzas competitivas de Bueno Campos.

Competencias: CE1, CE4

Denominación del tema 2: Análisis estratégico interno

Contenidos del tema 2:

2.1.- Análisis e identificación de los recursos y capacidades

2.2.- Herramientas de análisis interno para la empresa turística

Descripción de las actividades prácticas del tema 2: Aplicación de la cadena de valor a una empresa del sector turístico.

Competencias: CE1, CE2, CE4

Denominación del tema 3: Formulación de estrategias competitivas

Contenidos del tema 3:

3.1.- Las estrategias de costes y diferenciación en el sector turístico

3.2.- La estrategia de océano rojo vs. océano azul

3.3.- Estrategias Sectoriales

Descripción de las actividades prácticas del tema 3: Casos prácticos, lecturas, dinámicas de grupo y vídeos que ayuden a identificar las estrategias competitivas en el sector turístico.

Competencias: CE1, CE2, CE5

Denominación del tema 4: Formulación de estrategias corporativas

Contenidos del tema 4:

4.1.- Las estrategias de diversificación

4.2.- Las estrategias de internacionalización

4.3.- Los acuerdos de cooperación

Descripción de las actividades prácticas del tema 4: Casos prácticos, lecturas, dinámicas de grupo y vídeos que ayuden a identificar las estrategias corporativas en el sector turístico.

Competencias: CE1, CE2, CE5

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/a por tema		Horas Gran grupo	Actividades prácticas				Actividad de seguimiento	No presencial
Tema	Total	GG	CH	L	O	S	TP	EP
1	33	10				5		20
2	30	10						20

3	40	10				5		25
4	40	13				5		25
Taller TFM	2	2						
Evaluación	5							
TOTAL	150	45				15		90

GG: Grupo Grande (85 estudiantes).

CH: Actividades de prácticas clínicas hospitalarias (7 estudiantes)

L: Actividades de laboratorio o prácticas de campo (15 estudiantes)

O: Actividades en sala de ordenadores o laboratorio de idiomas (20 estudiantes)

S: Actividades de seminario o de problemas en clase (40 estudiantes).

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

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

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.

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

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)

- 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.

- 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.
- 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 y noticias de ámbito nacional e internacional para ver su repercusión en el ámbito de la asignatura