
GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

ESTRATEGIAS DE DIRECCIÓN

Curso 2017/2018

1. DATOS IDENTIFICATIVOS DE LA ASIGNATURA

Título/s	Grado en Turismo	
Centro	Escuela Universitaria de Turismo "Altamira"	
Módulo / materia		
Código y denominación		ESTRATEGIAS DE DIRECCIÓN
Créditos ECTS	6	
Tipo	Básica	
Curso / Cuatrimestre	4º	2º
Web		
Idioma de impartición	Español	
Modalidad de impartición	Semipresencial	

Departamento		
Área de conocimiento		
Grupo docente		
Profesor responsable	Ignacio Sariego López	
Número despacho		
E-mail	isariego@eualtamira.org	
Otros profesores		

2. CONOCIMIENTOS PREVIOS

No requiere conocimientos previos

3. COMPETENCIA GENÉRICAS Y ESPECÍFICAS DEL PLAN DE ESTUDIOS TRABAJADAS EN LA ASIGNATURA

Competencias genéricas

	Capacidad para resolución de problemas. Se entiende por tal, la identificación, análisis y definición de los elementos significativos que constituyen un problema o aspecto a mejorar para resolverlo con criterio y de forma efectiva.
	Capacidad para trabajar en equipo. El alumno deberá saber integrarse y colaborar de forma activa en la consecución de objetivos comunes con otras personas mucho más allá de los logros de carácter individual, pensando de forma global por el bien de la organización a la que pertenece.
	Aprender a dirigir y gestionar (management) los distintos tipos de organizaciones turísticas.

Competencias específicas

	Conocer los objetivos, la estrategia y los instrumentos públicos de la planificación y las oportunidades que se derivan para el sector privado.
	Diseñar y estructurar una investigación en turismo.
	Comprender y utilizar las técnicas de investigación cualitativa y cuantitativa en el ámbito turístico.

Resultados de aprendizaje de la asignatura

	Identificar situaciones y realidades de la empresa en el actual mundo de turbulencias.
	Conocer herramientas y estrategias indispensables para la planificación empresarial.

4. OBJETIVOS DE LA ASIGNATURA

En el desarrollo de esta asignatura se marcan los siguientes objetivos:

- Que el alumno alcance una formación básica en materia de análisis estratégico, entendiendo el desarrollo de la actividad empresarial en un entorno cambiante y turbulento, que es preciso analizar para adoptar las decisiones adecuadas con el fin de mejorar la posición competitiva de la empresa y, en consecuencia, sus resultados.
- Capacitar al alumno para el estudio y diseño de estrategias competitivas adecuadas para la empresa turística, utilizando una metodología coherente y eficaz para su formulación, implementación y desarrollo, con el fin de evaluar las diferentes alternativas, teniendo en cuenta su estructura organizativa y su cultura.
- Mostrar la estrategia en acción: Con la finalidad de analizar cómo se aplican en el funcionamiento de las empresas los modelos de análisis, se eligen un conjunto de empresas, en una mayoría pertenecientes al sector turístico, para considerar variables y comportamientos muy distintos y de esta forma estudiar aspectos tales como, la definición de la misión, análisis de la industria, análisis interno, ventajas competitivas, alianzas...
- Fomentar en el alumno el espíritu emprendedor.

5. MODALIDADES ORGANIZATIVAS Y MÉTODOS DOCENTES

ACTIVIDADES	HORAS DE LA ASIGNATURA
ACTIVIDADES PRESENCIALES	
HORAS DE CLASE (A)	
• Teoría (TE)	36
• Prácticas en Aula (PA)	24
• Prácticas de Laboratorio (PL)	-
• Prácticas Clínicas (PC)	-
Subtotal horas de clase	60
ACTIVIDADES DE SEGUIMIENTO (B)	
• Tutorías (TU)	2
• Evaluación (EV)	3
Subtotal actividades de seguimiento	5
Total actividades presenciales (A+B)	65
ACTIVIDADES NO PRESENCIALES	
• Trabajo en Grupo (TG)	20
• Trabajo Autónomo (TA)	65
• Tutorías No Presenciales (TU-NP)	-
• Evaluación No Presencial (EV-NP)	-
Total actividades no presenciales	85
HORAS TOTALES	150

6. ORGANIZACIÓN DOCENTE DE LA ASIGNATURA

CONTENIDOS	Semanas de impartición	TE	PA	PL	PC	TU	EV	TG	TA	TU-NP	EV-NP
Tema 1: LA NATURALEZA DE LA DIRECCIÓN ESTRATÉGICA											
Tema 2: LA MISIÓN Y LOS VALORES DE LA EMPRESA											
Tema 3: ANÁLISIS ESTRATÉGICO - ANÁLISIS EXTERNO											
Tema 4: EL ENTORNO COMPETITIVO											
Tema 5: ANÁLISIS INTERNO											
Tema 6: ESTRATEGIAS Y VENTAJAS COMPETITIVAS											
TOTAL DE HORAS											

Esta organización tiene carácter orientativo.

7. MÉTODOS DE EVALUACIÓN

Breve descripción *

Examen Escrito

Tipología*	Examen escrito
Actividad de evaluación final*	X
Peso porcentual de la actividad en la valoración final de la asignatura*	50
Calificación mínima a obtener, en su caso, para poder superar la asignatura	4 sobre 10
Actividad recuperable*	<input checked="" type="checkbox"/>
Condiciones de la recuperación	Examen escrito (convocatoria septiembre)
Duración estimada de la actividad	1 a 2 horas
Fecha estimada de realización*	Al finalizar el cuatrimestre
Observaciones	
Condiciones de evaluación para los estudiantes a tiempo parcial	

* Campos obligatorios.

Breve descripción

Prueba parcial y actividades de aula

Tipología*	Seguimiento
Actividad de evaluación final*	SI
Peso porcentual de la actividad en la valoración final de la asignatura*	50%
Calificación mínima a obtener, en su caso, para poder superar la asignatura	0
Actividad recuperable*	SI

Condiciones de la recuperación	Un único examen en la convocatoria de septiembre
Duración estimada de la actividad	1 a 2 horas
Fecha estimada de realización*	Al finalizar el cuatrimestre
Observaciones	
Condiciones de evaluación para los estudiantes a tiempo parcial	

* Campos obligatorios.

8. BIBLIOGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

-JOHNSON, G. y SCHOLLES, K. (2010). Fundamentos de estrategia. Madrid: Ed. Pearson Educación S.A.

-GIMBERT, X.(2003). El enfoque estratégico de la empresa. Principios y esquemas básicos. Bilbao: Ed. Deusto S.A.

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

- ÁLVAREZ CUERVO, R.(2004). Principios de investigación del mercado turístico. Gijón: Ed. Corditur, S.L.

- ARROYO VARELA, S.(2005). Inteligencia competitiva. Una herramienta clave en la estrategia empresarial. Madrid: Ed. Pirámide

- CASANUEVA ROCHA, C. y GALLEGO ÁGUEDA, M.A. (2012). Dirección estratégica de organizaciones turísticas. Madrid: Ed. Pirámide

- CLAVER CORTÉS, E. et al. (2006). Grupos estratégicos y su influencia sobre el desempeño en el sector hotelero. Madrid: INVESTIGACIÓN TURÍSTICA. FITUR. Ed. R. Areces

- FRANCESC VALLS, J.(2003). Las claves del mercado turístico. Como competir en el nuevo entorno. Bilbao: Ed. Deusto S.A.

-FREIJE URIARTE, A. (2002). La estrategia empresarial con método. Bilbao: Ed. Desclée de Brouer

- GARRIDO BUJ, S.(2003). Dirección estratégica. Madrid: Ed.McGraw Hill

-GARRIDO BUJ, S.(2002). Estrategia y política de empresa, Lecturas, Madrid: Ed. Pirámide

- GRANT, M.R. (2003). Dirección estratégica. Conceptos, técnicas y aplicaciones. Madrid: Ed.

Cívitas

- GREGORY G. DESS. (2003). Dirección estratégica, Madrid: Ed. McGraw Hill
- HARRISON, S. (2002). Fundamentos de la dirección estratégica (2ª edición). Madrid: Thomson Editores
- JIMÉNEZ QUINTERO, J.A. Y ARROYO VARELA, S.R. (2002). Dirección estratégica en la creación de empresas. Madrid: Ed. Pirámide
- JOHNSON, G. Y SCHOLLES, K (2001). Dirección estratégica (5ª ed.). Madrid: Ed. Pearson Educación S.A.
- LATIESA RODRÍGUEZ, M. (2000). El turismo en la sociedad contemporánea: Diversificación, competitividad y desarrollo. Madrid: Ed. Proyecto Sur S.L.
- MORCILLO, P. et al. (2002). Nuevas claves para la dirección estratégica. Barcelona: Ed. Ariel S.A.
- NAVAS LÓPEZ, J. Y GUERRAS MARTÍN, L. (2007). La dirección estratégica de la empresa. Teoría y aplicaciones. Madrid: Ed. Cívitas
- NAVAS LÓPEZ, J. Y GUERRAS MARTÍN, L. (2007). Casos de dirección estratégica de la empresa (4ª ed.). Madrid: Ed. Cívitas
- PARRA LÓPEZ, E. y CALERO GARCÍA, F (2006). Gestión y dirección de empresas turísticas. Madrid: Ed. McGraw Hill
- PORTER, M.(2002). Estrategia competitiva. Técnicas para el Análisis de los Sectores Industriales y de la Competencia. México: Compañía Editorial Continental
- RIVAS GARCÍA, J.(2005). Organización, gestión y Creación de Empresas Turísticas. Oviedo: Septem Ediciones.
- RODRIGUEZ VALENCIA, J.(2006). Administración con enfoque estratégico. Sevilla: Ed.Trillas, S. A

9. SOFTWARE

PROGRAMA/APLICACIÓN	CENTRO/PLANTA/SALA/HORARIO			

10. COMPETENCIAS LINGÜÍSTICAS EN INGLÉS

Competencias lingüísticas en inglés

Comprensión escrita	<input checked="" type="checkbox"/>
Comprensión oral	<input type="checkbox"/>
Expresión escrita	<input type="checkbox"/>
Expresión oral	<input type="checkbox"/>
Asignatura íntegramente escrita en inglés	<input type="checkbox"/>
Observaciones	