
GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

ESTRATEGIAS DE DIRECCIÓN

Curso 2018/2019

1. DATOS IDENTIFICATIVOS DE LA ASIGNATURA

Título/s	Grado en Turismo	
Centro	Escuela Universitaria de Turismo "Altamira"	
Módulo / materia	Organización de empresas	
Código y denominación		ESTRATEGIAS DE DIRECCIÓN
Créditos ECTS	6	
Tipo	Obligatoria	
Curso / Cuatrimestre	4º	2º
Web	Aula virtual de la EUTA	
Idioma de impartición	Español	
Modalidad de impartición	Presencial	

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

2. CONOCIMIENTOS PREVIOS

No requiere conocimientos previos

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

Competencias básicas y genéricas

CB2	Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio.
CB3	Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.
CB5	Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.
CG3	Toma de decisiones.
CG5	Resolución de problemas.
CG12	Trabajo en equipo.

Competencias específicas

CE1	Comprender y analizar los principios del turismo: su dimensión espacial, social, cultural, jurídica, política, laboral y económica.
CE4	Desarrollar habilidades y técnicas de comunicación en el ámbito de organizaciones turísticas.
CE9	Dirigir y gestionar (management) los distintos tipos de organizaciones turísticas

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)	19
• Prácticas de Laboratorio (PL)	-
• Prácticas Clínicas (PC)	-
Subtotal horas de clase	55
ACTIVIDADES DE SEGUIMIENTO (B)	
• Tutorías (TU)	2
• Evaluación (EV)	3
Subtotal actividades de seguimiento	5
Total actividades presenciales (A+B)	60
ACTIVIDADES NO PRESENCIALES	
• Trabajo en Grupo (TG)	20
• Trabajo Autónomo (TA)	70
• Tutorías No Presenciales (TU-NP)	-
• Evaluación No Presencial (EV-NP)	-
Total actividades no presenciales	90
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	21	2							4		
Tema 2: LA MISIÓN Y LOS VALORES DE LA EMPRESA	22-23	6	4				1	4	12		
Tema 3: ANÁLISIS ESTRATÉGICO - ANÁLISIS EXTERNO	24-26	6	4			1		4	11		
Tema 4: EL ENTORNO COMPETITIVO	27-29	3	2				1	4	20		
Tema 5: ANÁLISIS INTERNO	30-31	6	3				1	4	12		
Tema 6: ESTRATEGIAS Y VENTAJAS COMPETITIVAS	32-34	7	3			1		4	6		
Tema 7: INTERNACIONALIZACIÓN Y RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA	35-36	6	3						5		
TOTAL DE HORAS	150	36	19			2	3	20	70		

Esta organización tiene carácter orientativo.

7.1 MÉTODOS DE EVALUACIÓN (Examen final convocatoria ordinaria) junio

Breve descripción *

Prueba escrita de la primera parte de la materia en la que se incluirá un contenido teórico con 30 preguntas de tipo test, 2 preguntas cortas o ejercicios prácticos y 1 caso práctico

Tipología*

Examen escrito

Actividad de evaluación final*

SÍ

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*

SÍ

Condiciones de la recuperación

Un único examen en la convocatoria extraordinaria de septiembre

Duración estimada de la actividad

90 MINUTOS

Fecha estimada de realización*

Al finalizar el cuatrimestre

Observaciones

Condiciones de evaluación para los estudiantes a tiempo parcial

* Campos obligatorios.

7.2 MÉTODOS DE EVALUACIÓN (Prueba de Evaluación Continua 1)

Breve descripción *

Prueba escrita de la primera parte de la materia en la que se incluirá un contenido teórico con 21 preguntas de tipo test y 2 preguntas cortas o ejercicios prácticos

Tipología*

Prueba escrita

Actividad de evaluación final*

NO

Peso porcentual de la actividad en la valoración final de la asignatura*

15%

Calificación mínima a obtener, en su caso, para poder superar la asignatura

Actividad recuperable*

SÍ

Condiciones de la recuperación

Un único examen en la convocatoria extraordinaria de septiembre

Duración estimada de la actividad

60 MINUTOS

Fecha estimada de realización*

2º mes de curso

Observaciones

Condiciones de evaluación para los estudiantes a tiempo parcial

* Campos obligatorios.

7.3 MÉTODOS DE EVALUACIÓN (Prueba de Evaluación Continua 2)

Breve descripción *

Prueba escrita de la primera parte de la materia en la que se incluirá un contenido teórico con 21 preguntas de tipo test y 2 preguntas cortas o ejercicios prácticos

Tipología*

Prueba escrita

Actividad de evaluación final*

NO

Peso porcentual de la actividad en la valoración final de la asignatura*

15%

Calificación mínima a obtener, en su caso, para poder superar la asignatura

Actividad recuperable*

SÍ

Condiciones de la recuperación

Un único examen en la convocatoria extraordinaria de septiembre

Duración estimada de la actividad

60 MINUTOS

Fecha estimada de realización*

3er mes de curso

Observaciones

Condiciones de evaluación para los estudiantes a tiempo parcial

* Campos obligatorios.

7.4 MÉTODOS DE EVALUACIÓN (Prueba de Evaluación Continua 3)

Breve descripción *

Presentación del caso práctico grupal

Tipología*

Exposición y presentación del trabajo de resultados

Actividad de evaluación final*

NO

Peso porcentual de la actividad en la valoración final de la asignatura*

20%

Calificación mínima a obtener, en su caso, para poder superar la asignatura

Actividad recuperable*

SÍ

Condiciones de la recuperación

Un único examen en la convocatoria extraordinaria de septiembre

Duración estimada de la actividad

Variable

Fecha estimada de realización*

Durante el cuatrimestre a convenir con los estudiantes

Observaciones

Condiciones de evaluación para los estudiantes a tiempo parcial

* Campos obligatorios.

7.5 MÉTODOS DE EVALUACIÓN (Examen final convocatoria extraordinaria) Septiembre	
Breve descripción *	
Evaluación dispuesta con un contenido teórico y otro práctico de la materia	
Tipología*	Examen escrito
Actividad de evaluación final*	SÍ
Peso porcentual de la actividad en la valoración final de la asignatura*	Véase el apartado de "Observaciones"
Calificación mínima a obtener, en su caso, para poder superar la asignatura	5 sobre 10
Actividad recuperable*	NO
Condiciones de la recuperación	Véase el apartado de "Observaciones"
Duración estimada de la actividad	90 MINUTOS
Fecha estimada de realización*	Periodo de exámenes de Septiembre
Observaciones	
<p>Para hallar la calificación final de la asignatura se hará la media aritmética entre la NOTA DE EVALUACIÓN CONTINUA (si el alumno hubiera obtenido una calificación igual o superior a un 5 sobre 10 en este apartado en la convocatoria ordinaria) y el resultado del EXAMEN FINAL, siempre que se haya alcanzado una calificación mínima de 4/10 en el examen final. Para aprobar la asignatura habrá que alcanzar una calificación global mínima de 5/10.</p> <p>Los alumnos que hayan obtenido una calificación de menos de un 5 sobre 10 en la nota de evaluación continua en la convocatoria ordinaria serán calificados únicamente a través de su nota en el examen final de la convocatoria extraordinaria (es decir, su nota de evaluación continua no influirá en el resultado final). Para aprobar la asignatura habrá que alcanzar una calificación global mínima de 5/10.</p>	
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 GALLEGUO ÁGÜEDA, 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. Desclee de Brower

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

- 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.

-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			
Microsoft Office	Aula			

10. COMPETENCIAS LINGÜÍSTICAS EN INGLÉS

Competencias lingüísticas en inglés

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