



Dirección
Estratégica
Grado en Turismo



UNIVERSIDAD
NEBRIJA

GUÍA DOCENTE

Asignatura: Dirección Estratégica

Titulación: Grado en Turismo

Carácter: Optativa

Idioma: Castellano

Modalidad: Presencial

Créditos: 6

Curso: 3º

Semestre: 1º

Profesores/Equipo Docente: Prof. Dr. Andrés Jerónimo Arenas Falótico

1. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Competencias generales

CG 1. Capacidad de gestión de cualquier tipo de información

CG 2. Motivación por la calidad de los servicios prestados

CG 3. Compromiso ético con los clientes y las empresas

CG 4. Capacidad para la solución de problemas

CG 5. Adaptación a nuevas situaciones y estados de crisis

CG 7. Desarrollo de trabajo en equipo

Competencias específicas

CE 2. Analizar la dimensión económica del turismo. Saber reconocer cual es el alcance económico de las actividades turísticas en el mundo empresarial y social.

CE 7. Gestionar los recursos financieros en cuanto al desarrollo y explotación de las empresas turísticas. Conocer las principales fuentes de financiación que permitan tomar decisiones en las inversiones de una actividad turística. Aplicar una adecuada metodología para la planificación y gestión financiera de una empresa del sector.

CE 9. Dirección, organización y gestión de entidades turísticas. Conocer y manejar con soltura los conceptos relativos a la creación, dirección e innovación de la empresa turística así como sus distintos modelos. Ser capaz de planificar y organizar los diferentes departamentos de una empresa aplicando los principios básicos de la dirección estratégica empresarial.

CE 14. Gestionar el crecimiento turístico bajo los condicionantes del desarrollo sostenible. Conocer los principios básicos de la sostenibilidad. Relacionar estos conocimientos con la actividad turística diseñando estrategias de desarrollo turístico sostenible.

1.1. Resultados de aprendizaje

Comprensión de los conceptos fundamentales relacionados con la estructura y la organización empresarial, las funciones directivas, la gestión de los recursos humanos y los procesos de toma de decisiones, así como capacidad para analizar e interpretar el entorno empresarial y de mercado. Estos conocimientos, habilidades y competencias se demostrarán mediante el desarrollo de un plan de negocio y a través de la superación de las pruebas finales, ordinaria y extraordinaria.

2. CONTENIDOS

2.1. Requisitos previos

Ninguno.

2.2. Descripción de los contenidos

Visión completa y práctica del actual sistema de Dirección Estratégica de la empresa, desarrollando en los estudiantes una mentalidad estratégica a la hora de tener que resolver problemas de gestión empresarial.

Desarrollo de casos reales de estrategias competitivas en varios sectores.

Introducción a la problemática del cambio y la adaptación permanente de la actividad empresarial.

A través del método del caso, se analizan situaciones reales para desarrollar la capacidad de diagnóstico y poder formular recomendaciones y estrategias adecuadas.

2.3. Contenido detallado

1. Evolución de Concepto de Management.

- Introducción.
- Concepto de management.
- Evolución histórica de la dirección y administración de empresas.
- El management hoy en día.

2. La Naturaleza de la Dirección Estratégica.

- La dirección estratégica de la empresa como ámbito de estudio.
- Hacia una visión integradora de la dirección estratégica.
- Introducción a la ventaja competitiva y las estrategias.

3. Las Funciones de la Dirección Estratégica.

- Perspectiva Estratégica.
- Toma de Decisiones.
- Dirección de Personas.
- Comunicación.
- Gestión.

4. La Función Directiva y la Dirección de Personas.

- Introducción.
- Competencias gerenciales:
 - Competencias analíticas.
 - Competencias de actuación.
- Capacidades del directivo:
 - Estratégicas.
 - Ejecutivas.
 - Afectivas.
- Objetivos y decisiones en la gestión de los RRHH:
- Herramientas de gestión (generales y específicas).

5. La Comunicación como Estrategia Empresarial y Directiva.

- Introducción a la comunicación empresarial.
- La comunicación interna.
- Tipos de comunicación interna.
- Planificación de la comunicación interna.

6. La Creación de Valor y los grupos de interés. La empresa, objetivos y valores.

- Objetivos y Cultura Corporativa: misión, visión y valores.
- Creación de valor.
- Gobierno corporativo.
- Metas y objetivos estratégicos.
- Teoría de los Grupos de Interés
- Interacción con los Grupos de Interés

7. Entorno General y Específico.

- Concepto.
- Entorno general:
Análisis del entorno general.
El método de los escenarios.
- Entorno específico:
Delimitación del entorno específico.
Análisis de la Industria.
Análisis de los Competidores Relevantes.
Análisis Clientes.
Análisis Integrado: Cinco Fuerzas de Porter; Downes and Mui.
Tendencias.

8. Análisis Interno de la empresa.

- La Identidad de la Empresa.
- Cadena de valor 2.0
- Benchmarking.
- Teoría de Recursos y Capacidades (visión interna).
- Análisis de la Cuenta de Resultados.

2.4. Actividades Dirigidas

Durante el curso se podrán desarrollar algunas de las actividades, prácticas, memorias o proyectos siguientes, u otras de objetivos o naturaleza similares:

Actividad Dirigida 1 (AD1): *Análisis y planteamiento estratégico de una empresa de entorno digital*. Divididos en grupos de entre 3 y 6 personas, los alumnos, realizarán durante el curso un trabajo obligatorio consistente en el análisis y planteamiento estratégico de una empresa de entorno digital. Las características del trabajo serán las siguientes:
Grupos a determinar en función del número de alumnos por clase.
Extensión recomendada del trabajo: hasta 30 transparencias (.ppt) y 30 hojas (Word).
Evaluación: Presentación formal; Coherencia de las respuestas; aportación de planteamientos de valor añadido.

Actividad Dirigida (AD2): *Dinámicas individuales y en grupo con herramientas de competición virtual en línea*. Los alumnos al final de cada tema realizarán una actividad individual y en grupo para refrescar los conceptos estudiados y dinamizar el aprendizaje de los mismos.

2.5. Actividades formativas

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Clases de taller teórico- prácticas	45	30
Tutorías	10	6.6
Estudio Individual	45	30
Trabajo de asignatura	50	33.3

3. SISTEMA DE EVALUACIÓN

3.1. Sistema de calificaciones

El sistema de calificaciones finales se expresará numéricamente del siguiente modo:

- 0 - 4,9 Suspenso (SS)
- 5,0 - 6,9 Aprobado (AP)
- 7,0 - 8,9 Notable (NT)
- 9,0 - 10 Sobresaliente (SB)

La mención de "matrícula de honor" podrá ser otorgada a alumnos que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9,0.

3.2. Criterios de evaluación

Convocatoria ordinaria

Modalidad: Presencial

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Asistencia y participación en clase	10%
Presentación de trabajos y proyectos (Prácticas individuales y trabajo en equipo)	30%
Prueba parcial	10%
Examen final presencial	50%

Convocatoria extraordinaria

Modalidad: Presencial y A distancia

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Presentación de trabajos y proyectos (Prácticas individuales y trabajo en equipo)	30%
Examen final o trabajo final presencial	70%

3.3. Restricciones

Calificación mínima

Para poder hacer media con las ponderaciones anteriores es necesario obtener al menos una calificación de 5 en la prueba final.

Asistencia

El alumno que, injustificadamente, deje de asistir a más de un 25% de las clases presenciales podrá verse privado del derecho a examinarse en la convocatoria ordinaria.

Normas de escritura

Se prestará especial atención en los trabajos, prácticas y proyectos escritos, así como en los exámenes tanto a la presentación como al contenido, cuidando los aspectos gramaticales y ortográficos. El no cumplimiento de los mínimos aceptables puede ocasionar que se resten puntos en dicho trabajo.

3.4. Advertencia sobre plagio

La Universidad Antonio de Nebrija no tolerará en ningún caso el plagio o copia. Se considerará plagio la reproducción de párrafos a partir de textos de auditoría distinta a la del estudiante (Internet, libros, artículos, trabajos de compañeros...), cuando no se cite la fuente original de la que provienen. El uso de las citas no puede ser indiscriminado. El plagio es un delito.

En caso de detectarse este tipo de prácticas, se considerará Falta Grave y se podrá aplicar la

sanción prevista en el Reglamento del Alumno.

4. BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía básica

Dirección Estratégica, Grant, R. M., Editorial Civitas, Madrid

Bibliografía recomendada

Dirección Estratégica, Johnson, G., Scholes, K., Whittington, R., Editorial Pearson Prentice Hall, Madrid

La Dirección Estratégica de la Empresa, J.E Navas López y L.A. Guerras Martín, Biblioteca Civitas Economía y Empresa, Editorial Thomson – Civitas, Madrid

Casos de Dirección Estratégica de la Empresa, J.E. Navas López y L.A. Guerras Martín, Biblioteca Civitas de Economía y Empresa, Editorial Thomson – Civitas, Madrid