



GUÍA DOCENTE 2016-2017
**DIRECCIÓN ESTRATÉGICA DE LA ACTIVIDAD
TURÍSTICA**

1. Denominación de la asignatura:

DIRECCIÓN ESTRATÉGICA DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA

Titulación

GRADO EN TURISMO

Código

6775

2. Materia o módulo a la que pertenece la asignatura:

Gestión de empresas turísticas

3. Departamento(s) responsable(s) de la asignatura:

ECONOMÍA Y ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

4.a Profesor que imparte la docencia en el curso online (Si fuese impartida por mas de uno/a incluir todos/as) :

SONIA MARCOS NAVEIRA (e-mail: snaveira@ubu.es; despacho 2017; teléfono 947 259 033) ; PROFESOR A DETERMINAR

4.b Coordinador de la asignatura online

SONIA MARCOS NAVEIRA

5. Curso y semestre en el que se imparte la asignatura:

3º curso, sexto semestre

6. Tipo de la asignatura: (Básica, obligatoria u optativa)

Obligatoria



7. Número de créditos ECTS de la asignatura:

6 cr. ECTS

8. Competencias que debe adquirir el alumno/a al cursar la asignatura

T1: Capacidad de análisis y síntesis T6: Capacidad de gestión de información T7: Resolución de problemas T8: Toma de decisiones y adaptación a nuevas situaciones T10: Trabajo en un contexto internacional T12: Razonamiento crítico T13: Compromiso ético T16: Iniciativa y espíritu emprendedor E1: Comprender los principios del turismo: su dimensión espacial, social, cultural, política, laboral y económica. E6: Evaluar los potenciales turísticos y el análisis prospectivo de su explotación. E16: Analizar los impactos generados por el turismo E18: Comprender un plan público y las oportunidades que se derivan para el sector privado E21: Conocer los objetivos, la estrategia y los instrumentos públicos de la planificación E25: Detectar necesidades de la planificación técnica de infraestructuras e instalaciones turísticas.
--

9. Programa de la asignatura

9.1- Objetivos docentes
Los objetivos de esta asignatura son los siguientes: - Que el alumno profundice en el concepto de organización y las funciones directivas. - Que el alumno analice la importancia del entorno dentro de la actividad de la empresa, así como la necesidad de adaptarse al mismo. - Que el alumno sea capaz de identificar las diferentes estrategias a las que puede hacer frente la organización, en función del entorno y de sus recursos y capacidades.
9.2- Unidades docentes (Bloques de contenidos)
PROGRAMA DIRECCIÓN ESTRATÉGICA DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA Tema 1. La naturaleza de la dirección estratégica - El proceso de la dirección estratégica - Estrategia deliberada versus estrategia emergente



TEMA 2. La creación de valor y los grupos de interés. El gobierno de la empresa

TEMA 3. Los objetivos y los valores de la empresa

- Misión y visión
- Responsabilidad social de la empresa

TEMA 4: Análisis del entorno general

TEMA 5: Análisis del entorno específico

- Modelo de las 5 fuerzas de Porter
- Grupos estratégicos

TEMA 6: Análisis interno de la empresa

- Diagnóstico interno de la empresa
- La cadena de valor
- El análisis DAFO

TEMA 7: Análisis de los recursos y capacidades

- Análisis e identificación. La medición de los intangibles
- Evaluación estratégica de los recursos y capacidades. La ventaja competitiva

TEMA 8: Estrategias y ventajas competitivas

- Estrategia y ventaja competitiva
- Ventaja competitiva en costes
- Ventaja competitiva en diferenciación
- La ampliación de las estrategias competitivas de Porter

TEMA 9: Opciones estratégicas

- Reducción. Desinversión
- Crecimiento. Diversificación y expansión

TEMA 10: Evaluación en implantación de estrategias

- Evaluación y selección de estrategias
- Implantación de la estrategia
- El cambio organizativo

9.3- Bibliografía

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

- Grant, R.M., Dirección estratégica: Conceptos, técnicas y aplicaciones., 5ª, Civitas, Madrid,
- Guerras, L.A. y Navas, J.E., (2007) La dirección estratégica de la empresa: Teoría y aplicaciones., 4ª, Civitas, Madrid,
- Johnson, G.; Scholes, K.; Whittington, R., (2005) Dirección estratégica, 7ª, Pearson-Prentice Hall, Madrid,



10. Metodología de enseñanza y aprendizaje y su relación con las competencias que debe adquirir el estudiante:

Metodología	Competencia relacionada	Horas de trabajo
Participación en los foros y otros medios participativos	T1 T6 T7 T8	15
Resolución de cuestionarios de evaluación	T7 E1	5
Elaboración de trabajos y resolución de casos prácticos	T1 T6 T7 T8 T10 T12 T13 E1 E6 E18 E25	40
Lecturas	T6 T10 T12 T13 T16	30
Preparación de las pruebas de evaluación	T1 T7 E1 E6 E18 E21 E25	60
Total		150

11. Sistemas de evaluación:

Para ser evaluado tanto en primera como en segunda convocatoria el alumno deberá alcanzar un mínimo del 40% en cada procedimiento de evaluación.

La segunda convocatoria consiste en varias pruebas teóricas y/o prácticas que se realizarán en el mismo día y que valorarán las pruebas no superadas en primera convocatoria.

*La evaluación continua teórica y práctica en clase supone un 10% de la nota final, dicha nota se obtiene en la primera convocatoria y no es recuperable en la segunda convocatoria. Por tanto, la nota final de este procedimiento de evaluación será la obtenida en la primera convocatoria.

Procedimiento	Peso primera convocatoria	Peso segunda convocatoria
Participación en foros y otros medios participativos (foros generales y específicos de la asignatura, tutorías virtuales, etc.)	10 %	10 %
Realización de cuestionarios de evaluación en los diferentes temas	10 %	10 %
Elaboración de trabajos teórico-prácticos de los diferentes temas	20 %	20 %
Realización de un trabajo final práctico.	20 %	20 %
Examen final de la asignatura	40 %	40 %
Total	100 %	100 %



12. Recursos de aprendizaje y apoyo tutorial del curso online:

Plataforma Moodle
Tutoría virtual (email y Skype Empresarial)
Recursos web (youtube)

13. Idioma en que se imparte la asignatura online:

Español