



GUÍA DOCENTE 2019-2020
**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) :

JORGE MARCOS PEREZ (e-mail: jorge.marcos@ubu.es; despacho 2027)

4.b Coordinador de la asignatura online

JORGE MARCOS PEREZ

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. E7: Analizar, sintetizar y resumir críticamente la información económico- patrimonial de las organizaciones turísticas 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 adquiera un conocimiento suficiente de los fundamentos conceptuales de la dirección estratégica - Que el alumno alcance una formación básica en materia de análisis estratégico. 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

- Las decisiones estratégicas
- El proceso de dirección estratégica y su responsabilidad
- Estrategia deliberada versus estrategia emergente
- Evolución de la dirección estratégica
- Particularidades dirección estratégica de las empresas turísticas

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

- La creación de valor como objetivo de la empresa
- Los grupos de interés en la empresa
- El gobierno de la empresa
- El concepto de creación de valor de la empresa

TEMA 3. Los objetivos y los valores de la empresa

- La orientación futura de la empresa
- Los objetivos estratégicos
- Responsabilidad social de la empresa
- Ética empresarial

TEMA 4: Análisis del entorno general

- El entorno de la empresa
- Análisis del entorno general

TEMA 5: Análisis del entorno específico

- Delimitación del entorno competitivo
- Modelo de las 5 fuerzas de Porter
- Grupos estratégicos
- Análisis de los competidores

TEMA 6: Análisis interno de la empresa

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

TEMA 7: Análisis de los recursos y capacidades

- El análisis de los recursos y capacidades
- Identificación de los recursos y capacidades
- Evaluación estratégica de los recursos y capacidades
- La gestión de los recursos y capacidades

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

- Crecimiento y desarrollo en la empresa
- Direcciones de desarrollo de la estrategia
Expansión, Profundización, Desarrollo de productos, Desarrollo de mercados, Diversificación, Reestructuración
- Métodos de desarrollo estratégico

TEMA 10: Evaluación en implantación de estrategias

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

9.3- Bibliografía

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

Casanueva Rocha, María Ángeles Gallego Águeda, (2012) Dirección estratégica de organizaciones turísticas, 1ª, Pirámide,

Grant, R.M., (2014) Dirección estratégica: Conceptos, técnicas y aplicaciones, 4ª, Civitas, Madrid,

Guerras, L.A. y Navas, J.E., (2015) La dirección estratégica de la empresa: Teoría y aplicaciones., 5ª, Civitas, Madrid,

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

Johnson, G.; Scholes, K.; Whittington, R., (2005) Dirección estratégica, 7ª, Pearson-Prentice Hall, Madrid,

José Emilio Navas López, Luis Ángel Guerras Martín, (2016) Fundamentos de dirección estratégica de la empresa, 2ª, Civitas Thomson Reuters,

Thompson, Arthur A. y Otros, (2016) Administración Estratégica. Teoría y Casos, 19ª, McGraw-Hill,

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 E7 E16 E18 E25	40
Lecturas	T6 T10 T12 T13 T16	30
Preparación de las pruebas de evaluación	T1 T7 E1 E6 E7 E18 E21 E25	60



Total	150
--------------	-----

11. Sistemas de evaluación:

Los siguientes procedimientos de evaluación no son recuperables en la segunda convocatoria, dado su carácter continuo a lo largo de la asignatura:

- Participación activa en los foros de la asignatura.
- Realización de cuestionarios de evaluación en los diferentes temas

Es necesario obtener un nota mínima de un 40% en los siguientes procedimientos de evaluación para hacer la media de todas las notas:

- Elaboración de trabajos teóricos-prácticos de los distintos temas
- Realización de un trabajo final práctico
- Examen final de la asignatura

Para la realización de tutorías y exámenes, resulta imprescindible disponer de webcam y micrófono activados. Además, determinadas pruebas de evaluación podrán realizarse mediante videoconferencia (Skype empresarial, vinculada a la cuenta de alumno de la UBU) y/o requerir validación de identidad mediante el uso de sistemas de reconocimiento facial.

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:

Materiales y Actividades en Plataforma Moodle
Tutoría virtual (email y Skype Empresarial)
Recursos web
Foro



UNIVERSIDAD DE BURGOS
ECONOMÍA Y ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

13. Idioma en que se imparte la asignatura online:

Español