



Dirección
Estratégica

Grado en Turismo



UNIVERSIDAD
NEBRIJA

GUÍA DOCENTE

Asignatura: Dirección Estratégica

Titulación: Grado en Turismo

Carácter: Optativa

Idioma: Castellano / Inglés

Modalidad: Presencial

Créditos: 6

Curso: 3º

Semestre: 1º

Profesores/Equipo Docente: Prof. Leopoldo Francisco de Asís Alandete Medrano; Dr. Andrés Arena Falótico

1. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

1.1. Competencias

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. 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.

1.2. 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

- 1.1. Orquestación estratégica, diferenciación y seducción del cliente
- 1.2. El entorno
- 1.3. Misión, Visión y valores
- 1.4. Análisis externo e interno
- 1.5. Ventaja competitiva
- 1.6. Capacidad estratégica, propósito estratégico y cultura empresarial

2. Formulación estratégica

- 2.1. Estrategia a nivel de negocio
- 2.2. Herramientas de la estrategia
- 2.3. Modelo de las cinco fuerzas de Michael Porter
- 2.4. Balanced Scorecard
- 2.5. Análisis DAFO
- 2.6. Matriz del Boston Consulting Group
- 2.7. Cadena de valor
- 2.8. Ciclo de vida del producto
- 2.9. Curvas de experiencia
- 2.10. Análisis de competencias esenciales

3. Estrategia a nivel corporativo

- 3.1. Modelos de negocio
- 3.2. Métodos de desarrollo: interno y externo
- 3.3. Direcciones de desarrollo
- 3.4. Cooperación estratégica
- 3.5. Gobierno corporativo

4. Estrategia en acción

- 4.1. Implementación estratégica
- 4.2. Estrategia Internacional
- 4.3. Innovación estratégica
- 4.4. Digitalización

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*. Divididos en grupos de tres personas, realizarán durante el curso un trabajo obligatorio consistente en el análisis y planteamiento estratégico de una empresa. 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	% de 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

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Participación, prácticas, proyectos o trabajo de asignatura	40%
Exámenes parciales	10%
Examen final	50%

Convocatoria extraordinaria

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

Fundamentos de estrategia, Johnson, G., Scholes, K., Whittington, R., Editorial Pearson Prentice Hall, 2010

Bibliografía recomendada

Dirección Estratégica, Grant, R. M., Editorial Civitas, Madrid, 2014

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

El cuadro de Mando Integral: The Balanced Scorecard, Robert S.Kaplan y David P.Norton, Harvard Business School 2016

Global Strategies. Harvard Business Review. 1994

The profit Zone: How Strategic Business Design Will Lead You To Tomorrow's Profits. Adrian J. Slywotzky & David J. Morrison. Time Business 1997