

GUÍA DOCENTE

DENOMINACIÓN DE LA ASIGNATURA

Denominación:	DIRECCIÓN ESTRATÉGICA DE EMPRESAS TURÍSTICAS	Curso:
Código:	101729	
Plan de estudios:	GRADO DE TURISMO	
Denominación del módulo al que pertenece:	OPTATIVIDAD	
Materia:	ITINERARIO: GESTIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS	
Carácter:	OPTATIVA	Duración:
Créditos ECTS:	3.0	Horas de trabajo presencial: 30
Porcentaje de presencialidad:	40.0%	Horas de trabajo no presencial: 45
Plataforma virtual:	MOODLE	

DATOS DEL PROFESORADO

Nombre: PEDRAZA RODRIGUEZ, JOSÉ ANTONIO (Coordinador)
Departamento: ESTADÍSTICA, ECONOMETRÍA, INVESTIGACIÓN OPERATIVA, ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS Y
Área: ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS
Ubicación del despacho: FACULTAD CIENCIAS DEL TRABAJO (primera planta)
E-Mail: td2peroj@uco.es Teléfono: 957212510
URL web: <http://www.uco.es/uco-csic-innovacion/>

Nombre: PÉREZ NARANJO, LEONOR MARÍA
Departamento: ESTADÍSTICA, ECONOMETRÍA, INVESTIGACIÓN OPERATIVA, ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS Y
Área: ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS
Ubicación del despacho: FACULTAD CIENCIAS DEL TRABAJO (primera planta)
E-Mail: lperez@uco.es Teléfono: 957 21 25 10

REQUISITOS Y RECOMENDACIONES

Requisitos previos establecidos en el plan de estudios

No existen prerrequisitos para cursar esta asignatura. Es recomendable tener una visión general de las organizaciones y el conocimiento de los aspectos concretos de los departamentos funcionales que la integran. Por ello, se recomienda tener cursadas las asignaturas de contenido económico y empresarial de cursos anteriores.

Recomendaciones

Interés por el emprendimiento.

GUÍA DOCENTE**COMPETENCIAS**

CB1	Capacidad de análisis y síntesis.
CB2	Capacidad de organización y planificación.
CB3	Comunicación oral y escrita en castellano.
CB4	Trabajo en equipo.
CB5	Habilidades en las relaciones interpersonales.
CB6	Razonamiento crítico.
CB7	Aprendizaje autónomo.
CB8	Adquirir capacidades y compromiso ético para colaborar en la consecución de una sociedad más justa y respetuosa con los derechos fundamentales.
CB9	Adquirir conocimientos y competencias que le permitan emprender provechosamente estudios de postgrado.
CU3	Potenciar los hábitos de búsqueda activa de empleo y la capacidad de emprendimiento.
CE1	Comprender los principios e impactos del Turismo: dimensión espacial-territorial, social, cultural, política, laboral y económica.
CE2	Comprender el carácter dinámico y evolutivo del turismo y de la sociedad del ocio.
CE3	Analizar y comprender los impactos (sociales, económicos y medioambientales) generados por el turismo.
CE4	Conocer las principales estructuras político-administrativas turísticas y los agentes que operan en el ámbito turístico.
CE5	Comprender el marco legal que regula las actividades turísticas.
CE7	Seleccionar, analizar, gestionar, interpretar y sintetizar información aplicada al sector turístico.
CE9	Conocer y aplicar los conceptos básicos de la Dirección de Empresa.
CE15	Comprender el funcionamiento de los destinos y estructuras turísticas, y los sectores empresariales a nivel mundial.
CE16	Management de los distintos tipos de entidades turísticas.
CE17	Planificar y gestionar los recursos de las organizaciones turísticas.
CE18	Definir objetivos, estrategias y políticas comerciales en el ámbito del turismo.
CE19	Conocer el procedimiento operativo de los ámbitos de las empresas turísticas (alojamiento, restauración e intermediación).

OBJETIVOS

El objetivo principal de la asignatura es facilitar a los estudiantes el desarrollo del pensamiento estratégico en el marco de una compañía. Para tal fin se ponen a su disposición herramientas estratégicas que son desarrolladas bajo el método del caso de forma eminentemente práctica y trabajadas en grupos.

GUÍA DOCENTE

CONTENIDOS

1. Contenidos teóricos

BLOQUE 1: INTRODUCCIÓN

TEMA 1: Naturaleza de la Dirección Estratégica

TEMA 2: Formulación de los objetivos y de la estrategia de la empresa

BLOQUE II. ANALISIS ESTRATEGICO

TEMA 3: Análisis del entorno general de la empresa

TEMA 4: Análisis del entorno específico de la empresa

TEMA 5: Análisis interno de la empresa

TEMA 6: Análisis de los recursos y las capacidades

BLOQUE III. FORMULACION DE LAS ESTRATEGIAS

TEMA 7: Estrategia y Ventaja competitiva

TEMA 8: Desarrollo y crecimiento

BLOQUE IV. IMPLANTACION DE LAS ESTRATEGIAS

TEMA 9: Evaluación e implantación de estrategias

2. Contenidos prácticos

Clases prácticas. En ellas, los alumnos realizan distintas prácticas, casos, comentarios críticos, informes, artículos de revistas especializadas, publicaciones de prensa relacionadas y ejercicios que pueden resolver trabajando individualmente o en grupo. De entre las diferentes metodologías aplicadas de trabajo dinámico en grupo, fundamentalmente se utilizará el método del caso. Con objeto de que la aplicación de estos métodos de trabajo sean efectivos, la profesora explica de antemano sus fundamentos y la manera de aplicarlos de forma más efectiva.

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE RELACIONADOS CON LOS CONTENIDOS

Igualdad de género

Trabajo decente y crecimiento económico

Industria, innovación e infraestructura

Reducción de las desigualdades

Ciudades y comunidades sostenibles

Producción y consumo responsables

Vida de ecosistemas terrestres

Alianzas para lograr los objetivos

METODOLOGÍA

Aclaraciones generales sobre la metodología (opcional)

Deberán realizar las mismas actividades que convenientemente aparecerán en la plataforma moodle en tiempo y forma para su correcta ejecución

Adaptaciones metodológicas para alumnado a tiempo parcial y estudiantes con discapacidad y necesidades educativas especiales

Las estrategias metodológicas y el sistema de evaluación contempladas en esta guía docente serán adaptadas de acuerdo a las necesidades presentadas por estudiantes con discapacidad y necesidades educativas especiales en los casos que se requiera.

GUÍA DOCENTE

Actividades presenciales

Actividad	Grupo completo	Total
<i>Actividades de evaluación</i>	10	10
<i>Comentarios de texto</i>	10	10
<i>Estudio de casos</i>	10	10
Total horas:	30	30

Actividades no presenciales

Actividad	Total
<i>Ejercicios</i>	10
<i>Estudio</i>	20
<i>Trabajo de grupo</i>	15
Total horas:	45

MATERIAL DE TRABAJO PARA EL ALUMNO

Casos y supuestos prácticos
Ejercicios y problemas
Presentaciones PowerPoint

EVALUACIÓN

Competencias	Exposición oral	Proyecto	Resolución de problemas
CB1		X	
CB2		X	
CB3		X	
CB4	X		
CB5		X	
CB6		X	
CB7		X	
CB8		X	
CB9		X	

GUÍA DOCENTE

Competencias	Exposición oral	Proyecto	Resolución de problemas
CE1			X
CE15		X	
CE16		X	
CE17		X	
CE18		X	
CE19		X	
CE2		X	
CE3		X	
CE4		X	
CE5			X
CE7		X	
CE9		X	
CU3		X	
Total (100%)	10%	70%	20%
Nota mínima (*)	5	5	5

(*)Nota mínima (sobre 10) necesaria para que el método de evaluación sea considerado en la calificación final de la asignatura. En todo caso, la calificación final para aprobar la asignatura debe ser igual o superior a 5,0.

GUÍA DOCENTE

Valora la asistencia en la calificación final:

No

Aclaraciones generales sobre los instrumentos de evaluación:

Se desarrollarán durante la impartición de la asignatura. La asistencia en sí misma no se evalúa, pero todos los trabajos y proyectos se realizan y entregan en el aula. Los alumnos que a lo largo del curso no superen la evaluación en los instrumentos indicados, tendrán un examen final que supondrá el 100% de la nota final.

Aclaraciones sobre la evaluación de la primera convocatoria extraordinaria y convocatoria extraordinaria de finalización de estudios: Se hará un examen final que supondrá el 100% de la nota final.

Aclaraciones sobre la evaluación para el alumnado a tiempo parcial y necesidades educativas especiales:

Deberán de cumplir con las notas mínimas exigidas en cada uno de los instrumentos seleccionados

Aclaraciones sobre la evaluación de la convocatoria extraordinaria y convocatoria extraordinaria de finalización de estudios:

Deberán de cumplir con las notas mínimas exigidas en cada uno de los instrumentos seleccionados

Criterios de calificación para la obtención de Matrícula de Honor:

obtener puntuación máxima

BIBLIOGRAFIA

1. Bibliografía básica

GRANT, R. M. (2013): Cotemporary Strategy Analysis (8th ed.). Chichester, UK: John Wiley & Sons. JOHNSON, G., SCHOLES, K. y WHITTINGTON, R. (2008): Exploring Corporate Strategy (8th ed.). Harlow, UK: Pearson Education Ltd. GUERRAS, L. A.; NAVAS, J. E. (2013): Fundamentals of Strategic Management. Thomson Reuters
Dirección estratégica de la empresa: Metodología, técnicas y casos. Edición: [3ª ed. amp.]. Autor: Bueno Campos, Eduardo. Editorial: Madrid: Pirámide, 1991
Administración estratégica : teoría y casos. Edición: 15º ed.. Autor: Thompson, Arthur A., Editorial: México : McGraw-Hill Interamericana, 2008
Dirección estratégica. Edición: 7ª ed., reimp.. Autor: Johnson, Gerry. Editorial: Madrid [etc.]: Prentice Hall, D.L. 2007

2. Bibliografía complementaria

Gallego, M.A. y Casanueva, C.. Dirección y organización de empresas turísticas. Pirámide. 2016
Martín, I.. Dirección y Gestión de Empresas del Sector Turístico. Pirámide. 2005
Martín-Rojo, I.. Dirección y gestión de empresas del sector turístico. Pirámide. 2014
Rivas, J.. Dirección Estratégica de Empresas Turísticas. Pirámide. 2008

CRITERIOS DE COORDINACIÓN

Fecha de entrega de trabajos
Realización de actividades

GUÍA DOCENTE

CRONOGRAMA

Periodo	Actividades de evaluación	Comentarios de texto	Estudio de casos
1ª Quincena	2,0	0,0	0,0
2ª Quincena	0,0	5,0	5,0
3ª Quincena	2,0	0,0	0,0
5ª Quincena	0,0	0,0	5,0
6ª Quincena	2,0	0,0	0,0
7ª Quincena	4,0	5,0	0,0
Total horas:	10,0	10,0	10,0

Las estrategias metodológicas y el sistema de evaluación contempladas en esta Guía Docente serán adaptadas de acuerdo a las necesidades presentadas por estudiantes con discapacidad y necesidades educativas especiales en los casos que se requieran.