

TITULACIÓN: GRADO EN TURISMO

1. DATOS BÁSICOS DE LA ASIGNATURA

Nombre: **DIRECCIÓN ESTRATÉGICA DE ORGANIZACIONES TURÍSTICAS**

Curso: TERCERO

Semestre: SEGUNDO

Tipo (Formación Básica/Obligatoria/Optativa): Obligatoria

Horas de clase semanales: 4

Créditos totales (ECTS): 6

Año del Plan de Estudio: 2009

Profesor: Jorge Morilla Espejo

Dirección electrónica: jorge.morilla@eusa.es

2. DESCRIPTORES

Esta asignatura enseña el valor de hacer una estrategia para conseguir los objetivos marcados por la organización. Veremos desde cuando se plantea la estrategia hasta su control de implantación. Aprenderemos en qué marco está integrado la estrategia y la evolución histórica de la misma en la empresa turística. Con la asignatura de Dirección estratégica completaremos el estudio de la competencia directiva a nivel del ápice estratégico.

3. SITUACIÓN

Conocimientos y destrezas previos:

No requiere ni conocimientos ni destrezas previas.

Recomendaciones y consejos de interés:

Adaptaciones para estudiantes con necesidades especiales:

4. OBJETIVOS Y COMPETENCIAS

OBJETIVOS

Objetivos generales

Proporcionar al estudiante una visión global de la gestión de las empresas turísticas, integrando conocimientos adquiridos en otras disciplinas de naturaleza más operativa; e introducir en el estudiante en la toma de decisiones a nivel de dirección general de la empresa. Para ello, se presentan y explican diferentes modelos y esquemas orientadas a la captación y tratamiento de la información (sobre el entorno, sobre los recursos y capacidades, sobre los grupos de interés, etc) necesaria para reducir la incertidumbre que caracteriza a estas decisiones.

Objetivos específicos

- Entender que la estrategia supone una visión global de la empresa, a largo plazo, que busca adaptarse al entorno o actuar sobre el mismo con una actitud voluntarista, que busca posicionar a la empresa en un entorno competitivo y que parte de una visión sociopolítica de la empresa.
- Conocer las distintas concepciones históricas del concepto de estrategia empresarial y entender por qué se ha producido la evolución de dicho concepto.
- Comprender el concepto de dirección estratégica y las actividades que la componen.
- Conocer los elementos de la estrategia como fundamento principal de la dirección estratégica.
- Saber analizar el comportamiento estratégico de la empresa turística a distintos niveles.

- Entender la lógica del proceso de dirección estratégica y el significado de cada una de sus fases.
- Comprender que la estrategia puede formularse en la realidad empresarial de formas diversas y reconocer en una situación real cómo se ha formulado.
- Conocer las relaciones básicas de la empresa turística con su entorno y, en concreto, con los elementos de su entorno más general.
- Conocer y comprender el modelo de la rivalidad ampliada para el estudio del entorno sectorial.
- Entender las limitaciones y las utilidades que el modelo de la rivalidad ampliada tiene para el estudio del entorno sectorial.
- Reconocer las dificultades para delimitar un sector y analizar algunas alternativas para realizar esta tarea.
- Conocer la utilidad de la segmentación para realizar el estudio interno de un sector o subsector turístico.
- Conocer la utilidad de la identificación de grupos estratégicos para realizar el estudio interno de un sector o subsector turístico.
- Conocer el concepto de stakeholder o grupo de interés y saber analizar su influencia sobre la empresa a través de la matriz de interés-poder.
- Entender la importancia de los recursos y habilidades de la empresa turística en su competitividad a partir de las experiencias de éxito de algunas empresas.
- Conocer y clasificar los distintos recursos y habilidades que se dan en las empresas turísticas.
- Conocer el concepto de competencia, habilidad o capacidad y cómo se puede analizar el fenómeno en el interior de una empresa u organización turística.
- Comprender los factores que determinan que determinados recursos y capacidades sean más valiosos que otros para conseguir y mantener la ventaja competitiva de la empresa.
- Conocer los condicionantes para conseguir la ventaja competitiva por parte de una empresa turística.
- Conocer los condicionantes para mantener la ventaja competitiva por parte de una empresa turística.
- Establecer la tipología básica de fuentes de la ventaja competitiva.
- Conocer los condicionantes del coste de los servicios y productos de la empresa, como base para conseguir una ventaja competitiva en costes.
- Conocer los condicionantes de la diferenciación de los productos y servicios de la empresa y de ella misma para conseguir una ventaja competitiva en diferenciación.
- Conocer las distintas sendas de crecimiento por la que pueden optar las empresas turísticas.
- Comprender los procesos de integración vertical y los factores que aconsejan y desaconsejan dichos procesos.
- Conocer las causas de los procesos de diversificación en las empresas turísticas
- Entender el proceso de internacionalización y las formas de competir en los mercados globales.
- Comprender las ventajas e inconvenientes que tienen las pymes turísticas derivados de su dimensión.
- Conocer y saber analizar las estrategias de cooperación que pueden usar las empresas turísticas.
- Conocer y comprender el concepto de red empresarial y aproximarse a los principales elementos del análisis estructural y relacional.
- Saber analizar redes horizontales de organizaciones como las que se dan en las alianzas estratégicas y en los acuerdos de cooperación.
- Saber analizar redes verticales de organizaciones como las que se dan en los procesos de subcontratación.
- Aproximarse a redes complejas como las orgánicas en las que se integran las empresas turísticas.
- Desarrollar habilidades para aplicar modelos gráficos, matemáticos y verbales como forma habitual de comunicación entre expertos y base del trabajo futuro del alumno.
- Desarrollar una visión integrada de la gestión de la empresa turística teniendo en cuenta su interior y su entorno.
- Desarrollar habilidades para aplicar los conocimientos teóricos a situaciones reales o realistas tomadas de la prensa, del cine, de la televisión, de casos de empresas o de ejemplos.
- Generar capacidad de análisis de distintas situaciones empresariales.
- Desarrollar la capacidad de organizar y planificar tareas y trabajos.
- Desarrollar habilidades para obtener y analizar información empresarial.
- Propiciar la reflexión sistemática sobre los problemas organizativos empresariales, en especial desde el punto de vista de la dirección estratégica de la empresa turística.
- Potenciar actitudes de apertura profesional y personal en los alumnos, en las que se reconozcan distintas situaciones y diferentes puntos de vista, entrando en discusiones que no necesariamente hallen respuestas definitivas a los problemas.

- Mantener y transmitir a los alumnos una actitud de indagación, de investigación, de comprensión y de análisis sistemático, reflexivo y creativo ante las situaciones prácticas que puedan surgir en los estudios o, posteriormente, en su vida profesional.
- Potenciar el uso de distintas fuentes de información y de material de primera mano o datos primarios que el alumno debe saber manejar.
- Fomentar una actitud emprendedora y creativa que recoja en sí misma el espíritu empresarial.
- Asimilar valores como la cooperación, la participación, la democracia, el respeto a los demás, la tolerancia, el compromiso, la apertura, el respeto a la diversidad, y en general, una actitud ética en la gestión empresarial.
- Adquirir apertura y valoración positiva de la diversidad entre personas, áreas geográficas, situaciones económicas o estilos de gestión.

COMPETENCIAS

Competencias específicas:

Conocer y aplicar los conceptos básicos de la Dirección de empresas.

Reconocer los principales agentes turísticos (públicos y privados).

Management, dirección y gestión de los distintos tipos de entidades turísticas

Ser capaz de aplicar los conocimientos teóricos, metodológicos y de técnicas (del área de la administración y dirección de empresas) de forma conjunta, adquiridas a lo largo de la formación, trabajando en equipo y desarrollando las habilidades y destrezas de un profesional del Turismo.

Conocer los principios básicos de la dirección estratégica y aplicarlos a la empresa turística.

Conocer las influencias de la cultura organizativa y del entorno en la evolución de las organizaciones.

Competencias genéricas:

Poseer y comprender conocimientos básicos generales y los conocimientos del área de Turismo que se reflejan en libros de texto avanzados.

Derivar de los datos información relevante imposible de reconocer por los no especialistas del área de Turismo.

Ser capaz de trabajar en equipo.

Poseer competencias propias de gestores de empresas turísticas y que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas.

5. CONTENIDOS O BLOQUES TEMÁTICOS

TEMA 1.- DIRECCIÓN ESTRATÉGICA Y ORGANIZACIONES TURÍSTICAS

TEMA 2.- ANÁLISIS EXTERNO. ANÁLISIS SECTORIAL Y ANÁLISIS INTERNO DEL SECTOR

TEMA 3.- ANÁLISIS INTERNO. RECURSOS Y CAPACIDADES.

TEMA 4.- ELECCIÓN DE LA ESTRATEGIA Y VENTAJA COMPETITIVA

TEMA 5.- DECISIONES ESTRATÉGICAS I: OPCIONES ESTRATÉGICAS

TEMA 6.- DECISIONES ESTRATÉGICAS II: ESTRATEGIAS DE DESARROLLO

6. TEMARIO DESARROLLADO

Tema 1: Dirección estratégica y organizaciones turísticas.

1.1 Qué es la estrategia

1.2 Los elementos de la estrategia

1.3 Los niveles de la estrategia

1.4 El proceso de dirección estratégica

1.5 La dirección estratégica en las organizaciones turísticas

Tema 2. Análisis externo. Análisis sectorial y análisis interno del sector.

- 2.1 El entorno de las organizaciones turísticas. Elementos del entorno general
- 2.2 Análisis sectorial. El modelo de rivalidad de Porter
- 2.3 Consecuencias y limitaciones del análisis sectorial
- 2.4 Análisis interno del sector: segmentación y grupos estratégicos
- 2.5 Análisis de los stakeholders

Tema 3. Análisis interno. Recursos y capacidades

- 3.1 La estrategia basada en los recursos y capacidades de la empresa.
- 3.2 Análisis de los recursos de la empresa.
- 3.3 Análisis de las capacidades organizativas
- 3.4 Mecanismos de integración de grupos de recursos para crear capacidades organizativas.
- 3.5 ¿ Generan los recursos y capacidades beneficios para la empresa?

Tema 4. Elección de la estrategia y ventaja competitiva

- 4.1 La ventaja competitiva.
- 4.2 La consecución de la ventaja competitiva.
- 4.3 El mantenimiento de la ventaja competitiva.
- 4.4 Análisis de las alternativas estratégicas.
- 4.5 Criterios de evaluación de las alternativas estratégicas.

Tema 5. Decisiones estratégicas I: opciones estratégicas

- 5.1 Estrategias genéricas de Porter.
- 5.2 Matrices de cartera.
- 5.3 Estrategias según el ciclo de vida.
- 5.4 Estrategias según el estado del sector.
- 5.5 Estrategias de crecimiento.

Tema 6. Decisiones estratégicas II: estrategias de desarrollo

- 6.1 El crecimiento de la empresa.
- 6.2 La integración vertical.
- 6.3 Diversificación.
- 6.4 Internacionalización.
- 6.5 Cooperación y redes en las empresas turísticas. La estrategia colectiva.

7. METODOLOGÍA Y TÉCNICAS DOCENTES

Teoría: lección magistral: el profesor realizará exposiciones de diversos aspectos teóricos fundamentales para la comprensión de la asignatura por parte de los alumnos. Se combinarán explicaciones con ejemplos reales.

Práctica: metodología del caso: se utilizarán casos reales que permitan la aplicación por parte de los alumnos de los conocimientos técnicos adquiridos, tanto trabajando en grupo como de forma individual. Finalmente, dichos casos serán discutidos en clase.

Por cada tema finalizado, el alumno tendrá que realizar una presentación del mismo, exponiéndolo al resto de compañeros y profesor con nuevos ejemplos y un nuevo caso práctico resuelto.

8. TÉCNICAS DE EVALUACIÓN

Se realizarán dos pruebas parciales escritas para poder superar la asignatura. Consta de una parte teórica con pregunta tipo test, preguntas a desarrollar y un caso práctico. En el caso de superar las dos pruebas, no tendría que realizar el examen final, que tendrá la misma estructura que dichas pruebas.

La técnica de evaluación para las convocatorias segunda y tercera será la misma.

9. BIBLIOGRAFÍA Y OTRAS FUENTES DE INFORMACIÓN

GENERAL

- CASANUEVA, C.; GALLEGU, M.A.: Dirección estratégica de organizaciones turísticas. Ediciones Pirámide. Madrid. 2012.

COMPLEMENTARIA

- ALBERT, I.: Gestión y técnicas de agencias de viajes. Editorial Síntesis. Madrid. 1989.
- ARANDA HIPÓLITO, A.W: Gestión técnico-económica de hoteles. Ed. Centro de estudios Ramón Areces. Madrid. 1994.
- ARCARONS, R.: Administración, gestión y comercialización en la pequeña empresa hostelera. Editorial Síntesis. Madrid. 1995.
- CASANUEVA, C.: Análisis estratégico externo y redes en la empresa turística. Edición Digital @tres, Sevilla. 2005.
- CASANUEVA, C.; GALLEGU, M.A.: Empresas y organizaciones turísticas. Ediciones Pirámide. Madrid. 2009.
- CERRA, J.; DORADO, J.A.; ESTEPA, D.; GARCÍA, P.E.: Gestión de la producción de alojamientos y restauración. Editorial Síntesis. Madrid. 1991. CERTO, S.C. Y PETER, J.P.: Dirección Estratégica. Ed. IRWIN, Madrid. 1996.
- DORADO, J.A.: Organización y control de empresas en hostelería y turismo. Editorial Síntesis. 1997.
- FELIPE GALLEGU, J.: Dirección estratégica en los hoteles del siglo XXI. McGraw-Hill. Madrid. 1996.
- FIGUEROLA, M.: Elementos para el estudio de la economía de la empresa turística. Síntesis. Madrid. 1991.
- FRANCESC VALLS, J.: Las claves del mercado turístico. Cómo competir en el nuevo entorno. Ediciones Deusto S.A. Bilbao. 1996.
- GALLEGU, M.A.; CASANUEVA, C.: Dirección y organización de empresas turísticas. Ediciones Pirámide. Madrid. 2011.
- GRANT, R.M.: Dirección Estratégica: Conceptos, técnicas y aplicaciones. Ed. Civitas, Madrid. 1996.
- HAMEL, G. Y PRAHALAD, C.K.: Compitiendo por el futuro. Estrategia crucial para crear los mercados del mañana. Ed. Ariel, Barcelona. 1995.
- HILL, C.W.L. Y JONES, G. R.: Administración Estratégica: Un enfoque integrado. Ed. McGraw-Hill, Colombia. 1996.
- IGLESIAS, J.A.: La gestión de Recursos Humanos aplicada al sector turístico. Bosch. Barcelona. 1992.
- JOHNSON, G. Y SCHOLLES, K.: Dirección Estratégica. Análisis de la estrategia de las organizaciones. Ed. Prentice Hall, Madrid. 1996.
- MARTIN ROJO, I.: Dirección y gestión de empresas del sector turístico. Pirámide. Madrid. 2003.
- MESTRES SOLER, J.R. Técnicas de gestión y dirección hotelera. Ediciones Gestión 2000, S.A. Barcelona. 1999.
- NAVAS, J.E. Y GUERRAS L.A.: La Dirección Estratégica de la empresa. Ed. Civitas, Madrid. 1996.
- PORTER, M.E.: Estrategia competitiva. Ed. CECSA, México. 1985.
- PORTER, M.E.: Ventaja competitiva. Ed. CECSA, México. 1987.
- THOMPSON, A.A. Y STRICKLAND, A.J.: Dirección y Administración Estratégicas: Conceptos, casos y lecturas. Ed. Addison Wesley, U.S.A. 1994