

TITULACIÓN: GRADO TURISMO (PLAN 2024)**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: 2024

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. 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 Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

C26. Conocer los principios básicos de la dirección estratégica y aplicarlos a la empresa turística. Conocimientos o contenidos (C).

C01. Poseer y comprender conocimientos básicos generales y los conocimientos del área de Turismo que se reflejan en libros de texto avanzados. Conocimientos o contenidos (C).
COM07. Ser capaz de trabajar en equipo. Competencias (COM)
C14. Management, dirección y gestión de los distintos tipos de entidades turísticas (C12) Conocimientos y contenidos (C)
C17. Planificar y gestionar los recursos humanos de las organizaciones turísticas. (C26 LB). Conocimientos o contenidos (C).
HD8. Configurar una estructura organizativa flexible que se adapte a las condiciones del entorno. Habilidades o Destrezas (HD)

4. 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

5. METODOLOGÍA Y TÉCNICAS DOCENTES

Actividades formativas presenciales:

1. Sesiones presenciales teóricas, prácticas o teórico-prácticas. Peso de la actividad 50-100%.
2. Sesiones presenciales de debate u otras actividades participativas. Peso de la actividad 0-50%.
3. Intervención de invitados expertos en las materias tratadas en la asignatura. Peso de la actividad 0-10%.

Actividades formativas no presenciales:

4. Realización de trabajos y/o prácticas individuales o en grupo. Peso de la actividad 0-100%.
5. Otras actividades no presenciales. Peso de la actividad 0-50%.

6. TÉCNICAS DE EVALUACIÓN

Las calificaciones finales de valoración de adquisición de las competencias mínimas para superar este módulo serán de forma general o parcial:

1. Examen consistente en una prueba teórica y otra práctica. En conjunto supondrá un 0-100% de la calificación total. La posibilidad de su sustitución por una prueba oral solo se hará cuando sea imposible realizarla de forma escrita, manteniendo el mismo valor que ésta.
2. Trabajos teóricos y/o prácticos de autoría individual o colectiva, de carácter obligatorio o voluntario a criterio del docente. Podrán obtener entre 0 y 100% de la nota total
3. La asistencia y/o participación en clase y/o tutorías será considerada según el criterio del docente (0-20%)
4. Participación en actividades vía telemática: blogs, foros, plataformas virtuales, webs, social media, etc (0-20%).
5. El docente podrá emplear otros sistemas de evaluación en función de su criterio. En tal caso deberán constar en el proyecto docente, especificados y con su valor en la calificación final.