

29131 - Dirección estratégica

Información del Plan Docente

Año académico: 2023/24

Asignatura: 29131 - Dirección estratégica

Centro académico: 177 - Escuela Universitaria de Turismo

Titulación: 445 - Graduado en Turismo

616 - Graduado en Turismo

Créditos: 6.0

Curso: 445 - Graduado en Turismo: 4

616 - Graduado en Turismo: 3

Periodo de impartición: Primer semestre o Segundo semestre

Clase de asignatura: Obligatoria

Materia:

1. Información básica de la asignatura

La asignatura pretende dar a conocer al alumno los fundamentos y las herramientas de la Dirección Estratégica, con la suficiente profundidad para que el estudiante comprenda su filosofía de dirección y sea capaz de aplicarla en la práctica empresarial.

Estos planteamientos y objetivos están alineados con los siguientes Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la Agenda 2030 de Naciones Unidas (<https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/>), de tal manera que la adquisición de los resultados de aprendizaje de la asignatura proporciona capacitación y competencia para contribuir en cierta medida a su logro:

Objetivo 4: Educación de calidad.

Objetivo 5: Igualdad de género.

Objetivo 8: Trabajo decente y crecimiento económico.

Objetivos 17: Alianzas para lograr los objetivos.

2. Resultados de aprendizaje

- Interpretación de la influencia del entorno sobre las organizaciones turísticas.
- Interpretación y análisis de la situación interna de las empresas.
- Desarrollo del pensamiento creativo para integrar los análisis interno y externo.
- Conocimiento de las principales estrategias disponibles en la dirección de empresas.
- Iniciación en las estructuras organizativas empresariales.
- Introducción a la dirección de los recursos humanos.
- Comportamiento ético en el desarrollo de la actividad profesional.
- Utilización de las bases de datos y otras fuentes de información para realizar análisis.
- Exposición y defensa en público con profesionalidad de los resultados de trabajos e investigaciones.
- Presentación de informes escritos sobre estudios e investigaciones.

3. Programa de la asignatura

TEMA 1. INTRODUCCIÓN AL CONCEPTO DE ESTRATEGIA

TEMA 2. OBJETIVOS Y VALORES DE LAS EMPRESAS

TEMA 3. ANÁLISIS EXTERNO

TEMA 4. ANÁLISIS INTERNO

TEMA 5. ESTRATEGIAS COMPETITIVAS DE LAS EMPRESAS TURÍSTICAS

TEMA 6. DECISIONES ESTRATÉGICAS I: DIRECCIONES Y MÉTODOS DE DESARROLLO

TEMA 7. DECISIONES ESTRATÉGICAS II: INTERNACIONALIZACIÓN

TEMA 8. IMPLANTACIÓN DE ESTRATEGIAS

4. Actividades académicas

Asistencia a clases teóricas: 30 horas
Asistencia a clases prácticas: 30 horas
Asistencia a tutorías: 5 horas
Trabajo autónomo del alumnado: 80 horas
Realización de exámenes y presentación de trabajos: 5 horas

5. Sistema de evaluación

El estudiante puede elegir entre las dos modalidades:

1. Sistema de evaluación continua

Se exige la participación activa del estudiante.

A) Contenidos teóricos (50%)

Dos pruebas escritas individuales para evaluar los contenidos explicados en clase hasta el momento. Nota mínima de 5 en cada una de ellas.

B) Contenidos prácticos (50%)

Portafolio estudiante / Trabajo final de la asignatura

Se plantearán actividades y tareas que tendrán como finalidad la asimilación de los aspectos teóricos mediante casos de empresas del sector turístico. Durante la última semana lectiva, se realizará una presentación oral en clase de todos los trabajos (en función del desarrollo de las clases).

Calificación mínima de 5 para poder hacer la media con las pruebas teóricas.

2. Sistema de evaluación global

A) Evaluación de contenidos (70%)

Se realizará una única prueba de contenidos teórico-prácticos en las fechas oficiales señaladas por el centro. Es necesaria una calificación mínima de 5 para poder realizar la media con el trabajo final de la asignatura.

B) Trabajo final de la asignatura (30%)

Calificación mínima de 5 para poder hacer la media con la prueba de contenidos teóricos.

Convocatoria extraordinaria:

Prueba escrita de contenidos teóricos y prácticos con una valoración del 100% de la nota.