



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. Manuel Alvarez Sáez

### 1. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

#### 1.1. Conocimientos y Contenidos

K4. Conocer y explicar los conceptos teóricos y prácticos relativos a la creación, gestión y dirección de empresas turísticas en el ámbito nacional e internacional.

K7. Comprender las funciones de dirección de las organizaciones turísticas y de sus diferentes áreas y departamentos.

#### 1.2. Habilidades y Destrezas

S1. Interpretar datos cualitativos y cuantitativos que sean relevantes para la toma de decisiones en el ámbito turístico.

S3. Manejar técnicas de análisis interno y externo y métodos financieros para la creación, gestión y dirección de empresas turísticas.

S5. Aplicar habilidades de gestión del tiempo, de comunicación, liderazgo y gestión de equipos en turismo.

S6. Utilizar las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) en el ámbito académico y en los distintos ámbitos del turismo.

S7. Integrar los principios y valores democráticos y los Objetivos de Desarrollo Sostenible en el proceso de generación de proyectos turísticos.

#### 1.3. Competencias

C2. Transmitir a todo tipo de audiencias, nacionales e internacionales, de manera clara y precisa conocimientos y soluciones para los problemas que se plantean en el mundo empresarial o en los destinos turísticos.

C3. Participar en proyectos técnicos en el ámbito turístico, asumiendo responsabilidades en la toma de decisiones y en la gestión de equipos.

C4. Producir soluciones creativas para satisfacer las necesidades que planteen los actores del sector turístico, o que emerjan a raíz de situaciones imprevistas.

## 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

#### **Módulo 1. Introducción a la estrategia**

- 1.1. Conceptos básicos.
- 1.2 Misión, Visión y valores.
- 1.4. Perspectiva histórica.
- 1.5. Política de la empresa por áreas de gobierno.
- 1.6. La estrategia de la empresa en la sociedad de la información o del conocimiento.

#### **Módulo 2. Estrategia de Negocio**

- 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. Teoría de los Grupos de Interés.
- 2.5. Cadena de valor.
- 2.8. La Matriz de la BCG.
- 2.9. El cuadro de mando integral.

#### **Módulo 3. Estrategia corporativa**

- 3.1. Modelos de negocio.
- 3.2. Métodos de desarrollo: interno y externo.
- 3.3. El gobierno corporativo, implantación de las estrategias.
- 3.4. Nuevas estrategias ante la sostenibilidad y el cambio geopolítico.
- 3.5. PESTEL, alianzas precompetitivas, reputación corporativa.

### 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, 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): Casos de Negocio de Harvard Business Publishing. Los alumnos al final de cada tema realizarán una actividad individual sobre casos de negocio, 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	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.

- Falta ortográfica leve: -0,1 (tildes, puntuación, mayúsculas, etc.)
- Falta ortográfica grave: -0,5 (estructura y contenido, palabras ininteligibles)

### **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

La Dirección Estratégica de la Empresa, Teoría y Aplicaciones. J.E Navas López y L.A. Guerras Martín, Thomson-Reuters Civitas, 2022.

#### Bibliografía recomendada

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

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

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

HBR's 10 Must Reads On Strategy (Vol 2). Harvard Business School Publishing Corporation, 2020.

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