FICHA IDENTIFICATIVA

DATOS DE LA ASIGNATURA

Código: 35112
Nombre: Dirección Estratégica de Empresas Turísticas
Ciclo: Grado
Créditos ECTS: 6
Curso académico: 2025-26

TITULACIONES

Titulación	Centro	Curso	Periodo
1317 - Grado en Turismo	Facultat d'Economia	2	Primer cuatrimestre

MATERIAS

Titulación	Materia	Carácter
1317 - Grado en Turismo	Dirección de Empresas I	OBLIGATORIA

COORDINACIÓN

MARTINEZ PEREZ JUAN FRANCISCO

RESUMEN

Con esta asignatura, pretendemos introducir al alumno en el estudio de la Dirección Estratégica, con una formación teórica y práctica que le permita un desarrollo de la profesión eficaz y versátil.
Los objetivos generales que se pretende alcanzar con este programa son:

- 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.
- Lograr una comprensión equilibrada de los aspectos a considerar en la formulación, implantación y el control de las estrategias empresariales.
- Introducir las interrelaciones e integración existente entre los aspectos estudiados en esta asignatura y otros conceptos y materias complementarias, cuyo estudio se puede ampliar en asignaturas optativas o de libre opción.

CONOCIMIENTOS PREVIOS

RELACIÓN CON OTRAS ASIGNATURAS DE LA MISMA TITULACIÓN

No se han especificado restricciones de matrícula con otras asignaturas del plan de estudios.

OTROS TIPOS DE REQUISITOS

No se requieren conocimientos previos de la materia.

COMPETENCIAS / RESULTADOS DE APRENDIZAJE

1317 - Grado en Turismo

Conocer el procedimiento operativo del ámbito de alojamiento.

Conocer el procedimiento operativo del ámbito de restauración.

Conocimientos a adquirir en el ámbito de los procedimientos operativos de las empresas de intermediación.

Dirigir y gestionar (management) los distintos tipos de entidades turísticas.

Motivación por calidad.

DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS

1.1. Origen de la Dirección Estratégica
1.2. Estrategia: actitud, concepto y niveles
1.3. El proceso de Dirección Estratégica

2.1. Misión, visión, valores y objetivos
2.2. Stakeholders y mapas de poder
2.3. Shareholders y gobierno corporativo
2.4. Ética y Responsabilidad Social Corporativa: iniciativas y herramientas.

3.1. Elementos de análisis avanzado del entorno general
3.2. Elementos de análisis avanzado del entorno competitivo
3.2. Análisis intrasectorial: Grupos Estratégicos
3.4. Vigilancia competitiva

4.1. Recursos, Capacidades y Ventaja Competitiva.

1. INTRODUCCIÓN AL PROCESO ESTRATÉGICO

1.1. Origen de la Dirección Estratégica
1.2. Estrategia: actitud, concepto y niveles

2. PROPÓSITO ESTRATÉGICO

2.1. Misión, visión, valores y objetivos
2.2. Stakeholders y mapas de poder
2.3. Shareholders y gobierno corporativo

3. ANÁLISIS EXTERNO

3.1. Elementos de análisis avanzado del entorno general
3.2. Elementos de análisis avanzado del entorno competitivo
3.2. Análisis intrasectorial: Grupos Estratégicos

4. ANÁLISIS INTERNO

4.1. Recursos, Capacidades y Ventaja Competitiva.4.2. Métodos de análisis: identidad de la empresa, análisis funcional y perfil estratégico, cadena de valor y análisis VRIO.
4.3. Integración del análisis interno y externo: análisis DAFO

5.1. Marco para el diseño de las estrategias
5.2. Estrategias corporativas: dirección y métodos.
5.3. Estrategias de diversificación: herramientas específicas de gestión

6.1. Argumento competitivo
6.2. Estrategias competitivas genéricas: liderazgo en costes, diferenciación y nicho
6.3. El modelo del reloj estratégico
6.4. Unidades estratégicas de negocio

7.1. Análisis de la conveniencia
7.2. Análisis de la factibilidad
7.3. Análisis de la aceptabilidad
7.4. Selección de estrategias

1. Sistemas de implantación: Planificación y sistemas de información

5. ESTRATEGIAS CORPORATIVAS

5.1. Marco para el diseño de las estrategias
5.2. Estrategias corporativas: dirección y métodos.

6. ESTRATEGIAS COMPETITIVAS

6.1. Argumento competitivo
6.2. Estrategias competitivas genéricas: liderazgo en costes, diferenciación y nicho
6.3. El modelo del reloj estratégico

7. EVALUACIÓN Y SELECCIÓN DE ESTRATEGIAS

7.1. Análisis de la conveniencia
7.2. Análisis de la factibilidad
7.3. Análisis de la aceptabilidad

8. IMPLEMENTACIÓN DE ESTRATEGIAS

1. Sistemas de implantación: Planificación y sistemas de información2. Introducción al diseño de la organización
3. Introducción a la relación de la estrategia y los Recursos Humanos

VOLUMEN DE TRABAJO (HORAS)

ACTIVIDADES PRESENCIALES

Actividad	Horas
Teoría	30,00
Prácticas en aula	30,00
Total horas	**60,00**

ACTIVIDADES NO PRESENCIALES

Actividad	Horas
Asistencia a otras actividades	0,00
Elaboración de trabajos individuales o en grupo	25,00
Estudio y trabajo autónomo	30,00
Preparación de clases	15,00
Preparación de actividades de evaluación	20,00
Resolución de casos prácticos	0,00
Total horas	**90,00**

METODOLOGÍA DOCENTE

En el proceso de enseñanza-aprendizaje de Dirección Estratégica de Empresas Turísticas se utilizarán diferentes métodos docentes. Por una parte, se continuará haciendo uso de formas didácticas expositivas para el caso de las clases teóricas, aunque se utilizarán otros métodos docentes -formas didácticas de participación- que buscan la implicación del alumno en el proceso de enseñanza-aprendizaje. Este segundo

tipo de métodos favorece la interacción tanto entre el profesor y el estudiante como entre los propios estudiantes, y son adecuados para el desarrollo de las competencias genéricas. La metodología será la siguiente:

- **Clases teóricas***:* se hará uso, fundamentalmente, de la lección magistral para presentar los contenidos de la asignatura especificados anteriormente. Además, como los estudiantes tendrán un papel más activo en su proceso de enseñanza-aprendizaje y se les debe facilitar la autonomía en tal proceso, para cada tema dispondrán de un esquema-guía que les permitirá, a través de la consulta de la bibliografía, la construcción de sus propios materiales de estudio. Con ello se pretende desarrollar las siguientes competencias genéricas: análisis y síntesis de la información, capacidad crítica, y la capacidad de aprender y trabajar de forma autónoma.
- **Clases prácticas:** permiten poner en práctica los conocimientos adquiridos en las clases teóricas y poner de manifiesto la capacidad para trabajar en grupo y las habilidades de comunicación interpersonal. Asimismo, se pretende que estas sesiones contribuyan a mejorar la capacidad de organización y planificación del trabajo del estudiante.

Con el objetivo de desarrollar algunas de las competencias genéricas y específicas establecidas anteriormente, se realizarán trabajos en equipo consistentes en analizar casos de empresas reales para tratar los diferentes conceptos estudiados en la asignatura. De este modo, los estudiantes analizarán y sintetizarán información procedente de diversas fuentes -entrevistas, análisis de bases de datos, artículos de prensa, observación directa, libros, etc.-. Si se opta por el uso del uso de herramientas de IA generativa, habrá que seguir las siguientes consideraciones:

- Como norma general, no está permitido utilizar herramientas de IA generativa para lograr el objetivo principal de las actividades de evaluación.
- El profesorado indicará explícitamente en qué condiciones y para qué tipo de actividades está permitido o limitado el uso de la IAG.
- El uso de la Inteligencia Artificial, y cualquier otro tipo de herramienta similar, estará permitido para ser aplicada, tanto al trabajo en el aula como el autónomo, siempre y cuando el/la estudiante incorpore a estas tareas una declaración de uso responsable, indicando, en cada caso, la fuente y las partes del trabajo afectadas.
- En caso de que la/el estudiante use alguna herramienta de IA generativa, tiene que indicarlo en el trabajo entregado. Presentará una nota a píe o anexo en el que incluya la entrada (prompt) utilizada así como sus distintas modificaciones y un fragmento del texto más relevante de la respuesta.

Además, se trabajará la comunicación escrita -mediante la presentación de un informe escrito de la solución de los casos propuestos- y la comunicación oral –a través de la exposición oral de los trabajos utilizando diferentes métodos y soportes expositivos.

Asimismo, la capacidad de trabajo cooperativo en equipo será relevante para un buen desarrollo de las clases.

Por último se pretende que la ejecución de los diferentes casos prácticos trabajados favorezca el aprendizaje autónomo y de grupo, la aplicación del conocimiento de carácter teórico a situaciones prácticas y la necesaria toma de decisiones.

En cumplimiento del artículo 6.9 del Reglamento de Evaluación y Calificación de la UV, la asistencia a las clases prácticas es obligatoria. Los requisitos de asistencia se cumplirán si el estudiante ha asistido a un mínimo del 80% de las horas de esta actividad y ha justificado adecuadamente la imposibilidad de asistir a las sesiones restantes por la concurrencia de una causa de fuerza mayor.

EVALUACIÓN

PRIMERA CONVOCATORIA

La asignatura de *Dirección Estratégica de Empresas Turísticas* se evaluará a partir de la consideración de los siguientes aspectos:

- **Prueba de síntesis (60% de la nota final).** La principal función de las pruebas de síntesis (examen) es evaluar la consecución de los objetivos formativos. Las pruebas escritas pueden combinar tanto pruebas de carácter objetivo (test) como pruebas de ensayo restringido. En cualquier caso, las cuestiones pueden referirse tanto a contenidos teóricos como prácticos. Preferentemente se formularán preguntas que exijan que el estudiante relacione diversos conceptos de la materia. El examen se realizará en la fecha oficial que la Facultat d¿Economia habilite para ello dentro del calendario académico del curso. Será **requisito necesario obtener cinco puntos sobre diez** en la prueba de síntesis (examen) para poder sumar la evaluación continua que se plantea a continuación.
- **Evaluación continua (40% de la nota final).** En esta parte se valorará la evolución del alumno en su adquisición de las destrezas o competencias específicas, las competencias genéricas y habilidades sociales propuestas en este programa docente. El profesor, a lo largo del curso, propondrá a los alumnos la participación en actividades complementarias y la resolución de casos prácticos, que se realizarán individualmente y/o en grupo.

o **Valoración de la evaluación continua en primera convocatoria**

- Cada práctica, en su enunciado, indicará las actividades que contiene, el carácter de cada actividad (individual o grupal), su puntuación, la condición de recuperable o no y la ponderación de la práctica para el total de la evaluación continua. La nota de evaluación continua será la suma ponderada de los valores indicados en cada práctica.
- En cumplimiento del artículo 6.9 del Reglamento de Evaluación y Calificación de la UV, las clases prácticas son de asistencia obligatoria. Se considerará que el estudiante ha cumplido con la asistencia si ha asistido a un mínimo del 80% de las horas de estas sesiones y si ha justificado adecuadamente la imposibilidad de asistir a las sesiones restantes por causa de fuerza mayor en un plazo de 15 días desde de la ausencia. En el caso de incumplimiento, la valoración de la evaluación continua será de cero puntos.
- Los alumnos que al inicio de curso prevean una dificultad para asistir normalmente a las sesiones prácticas tendrán que ponerse en contacto con el profesor antes del 30 de septiembre para buscar una posible solución. En caso de que la dificultad o imposibilidad de asistir a clase se produzca una vez ha comenzado el curso, los alumnos deberán comunicarlo al profesor lo antes posible y siempre con anterioridad a la fecha de entrega de la siguiente práctica.
- Se ofrecerá información periódica de la calificación de las actividades realizadas por el alumnado.

La calificación final del estudiante será la resultante de la suma ponderada de las notas obtenidas en el examen (prueba de síntesis) y en la evaluación continua. Para aprobar la asignatura es necesario haber superado el examen (mínimo 5 puntos sobre 10 puntos), en caso contrario la nota máxima que se puede obtener será de 4 puntos; además, debe obtener una nota mínima de 5 puntos sobre 10 puntos en la calificación final

SEGUNDA CONVOCATORIA

Cuando el alumno suspenda en primera convocatoria, deberá realizar en segunda convocatoria, en la fecha que el centro establezca, una prueba de síntesis de las mismas características e idéntica estructura de calificación que las de la primera, añadiendo pruebas que permitirán evaluar, cuando las haya, las actividades de evaluación continua clasificadas como recuperables.

o **Valoración de la evaluación continua en segunda convocatoria**

- En el caso de que el estudiante haya superado 2 puntos sobre 4 en primera convocatoria, mantendrá la nota de primera convocatoria.
- En el caso de que no se superen, por no alcanzar un mínimo de 80% de asistencia o porque la suma de sus notas ponderadas no alcance el 2, las actividades clasificadas como recuperables se podrán recuperar

a través de una prueba adicional escrita. La prueba consistirá en preguntas relacionadas con los objetivos desarrollados a través de las actividades realizadas en la evaluación continua. La puntuación máxima recuperable será de 2 puntos sobre 4.

- El alumnado que realice esta prueba sustituirá su nota recuperable de la evaluación continua por la obtenida en esta prueba. A esta nota se sumará la nota obtenida en las actividades con calificación considerada 'no recuperable'.

DE APLICACIÓN PARA AMBAS CONVOCATORIAS

El idioma en que está anunciado un grupo forma parte de las especificaciones que los estudiantes han visto anunciadas, y se respetará. Por lo tanto, los exámenes estarán escritos en la lengua de la oferta del grupo, sin perjuicio que cada estudiante pueda responderlos (cuando es el caso) en la lengua oficial de su preferencia (Artículo 28 del Reglamento de usos lingüísticos de la Universitat de València, ACGUV 167/2014, de 30 de septiembre, modificado por ACGUV 146/2023)

BIBLIOGRAFÍA

- Casanueva, C. y Gallego, M.A.(2019): Dirección estratégica de organizaciones turísticas, Pirámide, Madrid. 2ª edición.
- Grant, R. (2014): Dirección Estratégica. Conceptos, Técnicas y Aplicaciones, Thomson - Cívitas, 8ª edición (4ª en Cívitas)
- Garrigós, F., Cruz, S. y Narangajavana, Y (2017): Dirección Estratégica de Empresas Turísticas. Ed. Síntesis, Madrid.
- Guerras, L.A. y Navas, J.E. (2022): La Dirección Estratégica de la Empresa. Teoría y Aplicaciones, Thompson-Cívitas, Madrid, 6ª edición
- Johnson, G., Scholes, K. y Whittington, R. (2014): Dirección Estratégica, Prentice Hall, Madrid, 7ª edición.