Grado en Turismo

Asignatura: Dirección estratégica de la actividad turística

Escuela Universitaria de Turismo de Santa Cruz de Tenerife

GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA:

Dirección estratégica de la actividad turística

Curso Académico 2018 - 2019

Fecha: 30 de junio de 2018

1. Datos Descriptivos de la Asignatura

Asignatura: Dirección estratégica de la actividad turística	Código: 519454104

- Centro: Escuela Universitaria de Turismo de Santa Cruz de Tenerife
- Titulación: Grado de Turismo
- Plan de Estudios: G045
- Rama de conocimiento: Ciencias Sociales y Jurídicas
- Área de conocimiento: Organización de empresas
- Curso: Cuarto
- Carácter: Obligatoria
- Duración: 1er cuatrimestre
- Créditos: 6 ECTS
- Modalidad de impartición: Presencial
- Horario: http://eutur.es/estudios/titulaciones-universitarias
- Dirección Web de la asignatura (aula virtual): http://aulavirtual.eutur.es/
- Idioma: Castellano

2. Requisitos

Recomendables:

- Conocer las metodologías de análisis DAFO y CAME.
- Tener conocimiento de los principales actores que intervienen en la empresa y el destino turístico.

3. Profesorado que imparte la asignatura

Coordinación / Profesor: **Jon Frías Mendi**

- Área de conocimiento: Organización de Empresas
- Centro: Escuela Universitaria de Turismo de Santa Cruz de Tenerife.
- Lugar Tutoría(1): Escuela Universitaria de Turismo de Santa Cruz de Tenerife, Sala de Profesores.
- Horario Tutoría(1): Presencial: jueves de 09:00 a 11:00 horas.
- Teléfono (despacho/tutoría): 922 225006
- Correo electrónico: jonfriasm@hotmail.com
- Dirección web: http://eutur.es/

4. Contextualización de la asignatura en el Plan de Estudios

- Bloque Formativo al que pertenece la asignatura: Destinos Turísticos.

- Perfil Profesional: Formación de profesionales en el ámbito de la dirección estratégica de empresas, entidades turísticas y destinos turísticos. Se incluyen empresas de alojamiento (establecimientos hoteleros, extrahoteleros, camping, etc.), de restauración (restaurantes, catering, etc.), de intermediación (turoperadores, agencias de viajes, centrales de reservas, etc.) y de transporte (aéreo, marítimo, fluvial, ferroviario, etc.). Asimismo, la asignatura capacita a profesionales en el ámbito de la planificación y gestión estratégica de destinos, la cual incluye a todas las instituciones y agentes implicados que, a través de diversos instrumentos, se ocupan de definir el futuro de un destino turístico en un proceso de decisión conjunta.

5. Competencias

Básicas

[CB1] Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio.
[CB2] Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio.

[CB3] Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión.
[CB4] Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.
[CB5] Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.

Generales

[12] Dirigir y gestionar (management) los distintos tipos de organizaciones turísticas.
[13] Manejar técnicas de comunicación.
[17] Identificar y gestionar espacios y destinos turísticos.
[22] Analizar los impactos generados por el turismo.

Específicas

[12–1] Conocer los principios básicos de la dirección y gestión de empresas.
[12–2] Conocer los conceptos y herramientas más actuales de planificación, organización, dirección, coordinación y control.
[12–3] Conocer los distintos modelos organizativos de empresas turísticas.
[12–4] Conocer los principios básicos de la dirección estratégica de la empresa.
[13–2] Conocer las principales técnicas de negociación.
[17–1] Conocer los diferentes tipos de espacios y destinos turísticos, su valoración y sus factores condicionantes.
[17–4] Conocer las variables que condicionan el posicionamiento e imagen del destino turístico.
[17–5] Conocer los principios básicos de la gestión del destino.
[22–3] Saber comprender los resultados que le ofrecen las técnicas.

6. Contenidos de la asignatura

Contenidos teóricos y prácticos de la asignatura

1. Destino turístico y empresa turística.
2. Conceptos de dirección estratégica.
3. Análisis competitivo externo. Dinámica competitiva.
4. Análisis competitivo interno. Recursos y capacidades.
5. Decisiones estratégicas.
6. Desarrollo de estrategias turísticas.
7. Definición del modelo competitivo.

7. Metodología y Volumen de trabajo del estudiante

Descripción

Se sigue una metodología de enseñanza-aprendizaje en la que se combinan clases teóricas planteadas con un método expositivo de los temas, imprescindibles para la transmisión de los conocimientos básicos y de los problemas a resolver, con clases prácticas que sirven para aplicar los conocimientos impartidos en las horas teóricas y como forma de motivar al alumno en la investigación y profundización de los temas tratados.

Mediante la preparación de las prácticas, los estudiantes adquieren competencias en conocimiento, análisis, razonamiento crítico y capacidad para la argumentación. Asimismo, con el desarrollo práctico, que consiste en la realización de un Plan Estratégico Territorial, el alumnado adquiere el protagonismo de su aprendizaje y desarrolla competencias en la resolución de problemas, la indagación y la obtención de resultados entre otras dimensiones.

Actividades formativas en créditos ECTS, su metodología de enseñanza-aprendizaje y su relación con las competencias que debe adquirir el estudiante				
Actividades formativas	Horas presenciales	Horas de trabajo autónomo	Total Horas	Relación con competencias
Clases teóricas	30		30	Todas las competencias
Clases prácticas	22		22	[CB1] [CB2] [CB3] [CB4] [CB5] [12] [17] [22] [12-1] [12-2] [12-3] [12-4] [17-1] [17-4] [17-5] [22-3]
Actividades complementarias	5		5	[CB1] [CB2] [CB3] [CB4] [CB5] [13] [13-2]
Preparación clases teóricas		20	20	Todas las competencias
Preparación clases prácticas		50	50	[CB1] [CB2] [CB3] [CB4] [CB5] [12] [17] [22] [12-1] [12-2] [12-3] [12-4] [17-1] [17-4] [17-5] [22-3]
Preparación de exámenes		20	20	Todas las competencias
Realización de exámenes	3		3	Todas las competencias
Total horas	60	90	150	
		Total ECTS	6	

8. Bibliografía / Recursos

Bibliografía Básica

ALONSO, M. y MARTÍN, J.I. (2009): *Dirección estratégica en el sector turístico: teoría y práctica.* Síntesis, Madrid.

BUENO, E. *et al.* (2006): *Dirección estratégica: desarrollo de la estrategia y análisis de casos.* Pirámide, Madrid.

GRANT, R. (2008): *Dirección estratégica: conceptos, técnicas y aplicaciones.* Thomson Civitas, Madrid.

OREJA, J.R. (2000): *Dirección estratégica de la empresa: una aproximación práctica.* Ediciones Xerach, San Cristóbal de La Laguna.

Bibliografía Complementaria

LEDESMA, O. (2013): "Actores, gobierno en red y destinos turísticos. El estado del arte", en *Revista Turismo (Escuela Universitaria de Turismo Iriarte),* Vol. 3-4, pp. 23-32.

MARTÍN, A. y MERINERO, R. (2011) (dir.): *Planificación estratégica territorial: estudios metodológicos*. Consejería de Gobernación de la Junta de Andalucía, Sevilla.

NIGEL, E., CAMPBELL, D. y STONEHOUSE, G. (2008): *Gestión estratégica del turismo.* Síntesis, Madrid.

PARRA, E. y CALERO, F. (2006): *Gestión y dirección de empresas turísticas.* McGraw Hill, Madrid.

Otros recursos

Enlaces a vídeos, artículos y otros materiales a través del aula virtual de la asignatura.

9. Sistema de Evaluación y Calificación

Descripción

Los alumnos pueden optar por dos sistemas de evaluación: (1) Evaluación continua. Se podrán acoger a esta forma de evaluación aquellos alumnos que asistan como mínimo al 80% de las clases. Requiere de la entrega de las prácticas y una participación activa en clase, acceder con regularidad al aula virtual y participar en los foros habilitados. Con las prácticas se valora la elaboración de un documento con adecuada estructura y formalidad, contenido, originalidad y correcta redacción. El examen será de cinco preguntas relativas a los contenidos teóricos tratados durante el cuatrimestre. La superación de la asignatura exigirá el cumplimiento de dos condiciones: (a) tener una puntuación total de como mínimo 5 puntos y (b) obtener al menos un 5 sobre 10 en el examen final. Las ponderaciones de cada parte se encuentran en el cuadro denominado "Estrategia Evaluativa"; (2) El alumnado que no se acoge a Evaluación Continua. Los alumnos que no lleguen como mínimo al 80% de asistencia, serán evaluados a través de este sistema. Tanto la parte teórica como la práctica se evalúan en un examen final que consta de diez preguntas relativas a los contenidos tratados durante el cuatrimestre. Se valora el dominio de los conceptos y contenidos del programa y la aplicación de los mismos en la resolución de problemas prácticos. La no evaluación continua no requiere de la realización de las prácticas. La superación de la asignatura en esta modalidad exigirá el cumplimiento de dos condiciones: (a) tener una puntuación media de como mínimo 5 puntos y (b) obtener al menos un 5 sobre 10 en el examen teórico final.

Estrategia Evaluativa			
TIPO DE PRUEBA	COMPETENCIAS	CRITERIOS	PONDERACIÓN
Prueba final	Todas las competencias	Desarrollo correcto de al menos un 50%	40%
Actividades	Todas las competencias	Planteamiento y desarrollo correcto del 60%	40%
Técnicas de observación	Todas las competencias	Asistencia, participación y actividades complementarias	20%

10. Resultados de aprendizaje

[1] Manejar conceptos relacionados con el destino turístico tales como territorio, redes organizativas (compiten/colaboran), producto, segmento clientes, mercados emisores.
[2] Diagnosticar el ciclo de vida del destino turístico: concepto, etapas y evolución, elementos del destino, empresa turística.
[3] Entender el concepto de estrategia, sus componentes y niveles. Analizar estrategias genéricas y de crecimiento en el sector turístico.
[4] Analizar y diagnosticar el entorno de la empresa/destino turístico con el fin de determinar las oportunidades y amenazas a las que habrá de hacer frente.
[5] Analizar y diagnosticar la situación interna de la empresa/destino turístico con el fin de obtener los puntos fuertes y débiles del mismo.
[6] Emplear estrategias de las empresas y destinos turísticos a nivel de colaboración como competición entre las entidades.
[7] Indicadores de gestión y agrupación de la información estratégica.

11. Cronograma/Calendario de la asignatura

Descripción del Cronograma

Este cronograma es orientativo y puede estar sujeto a modificaciones si lo demanda el desarrollo de la materia.

1er Cuatrimestre					
SEMANA	**Temas**	**Actividades de enseñanza aprendizaje**	**Horas de trabajo presencial**	**Horas de trabajo autónomo**	**Total**
Semana 1	Tema 1	Clase magistral (4 h.)	4	4	8
Semana 2	Tema 1	Clase magistral (4 h.)	4	4	8
Semana 3	Tema 1 y 2	Clase práctica (2 h.) y magistral (2 h.)	4	5	9
Semana 4	Tema 2	Clase magistral (4 h.)	4	4	8
Semana 5	Tema 2 y 3	Clase práctica (2 h.) y magistral (2 h.)	4	5	9
Semana 6	Tema 3	Clase práctica (4 h.)	4	5	9
Semana 7	Tema 4	Clase magistral (3 h.)	3	4	7
Semana 8	Tema 4	Clase práctica (4 h.)	4	5	9
Semana 9	Tema 5	Clase magistral (4 h.)	4	4	8
Semana 10	Tema 5	Clase magistral (3 h.)	3	4	7
Semana 11	Tema 5	Clase práctica (2 h.) y conferencia (2 h.)	4	6	10
Semana 12	Tema 6	Clase magistral (3 h.)	3	4	7
Semana 13	Tema 6	Clase práctica (4 h.)	4	6	10
Semana 14	Tema 7	Clase magistral (1 h.) y conferencia (3 h.)	4	4	8
Semana 15	Tema 7	Clase práctica (4 h.)	4	6	10
Semanas 16 - 18	Evaluación	Preparación de la asignatura y realización de examen	3	20	23
Total			60	90	150