

Guia docent

Identificació de l'assignatura

Assignatura / Grup	20522 - Direcció Estratègica / 36
Titulació	Grau de Turisme - Tercer curs
Crèdits	6
Període d'impartició	Segon semestre
Idioma d'impartició	Castellà

Professors

Professor/a	Horari d'atenció als alumnes					
	Hora d'inici	Hora de fi	Dia	Data d'inici	Data de fi	Despatx / Edifici
Francisco Julio Batle Lorente						
<i>Responsable</i> julio.batle@uib.es						Cal concertar cita prèvia amb el/la professor/a per a fer una tutoria

Contextualització

Dentro de la relació de competències del Grado en Turismo, detallada en el libro blanco de la ANECA, se recoge la competencia de convertir un problema empírico en un objeto de investigación y elaborar conclusiones, de dirigir crear estrategias para los distintos tipos de entidades turísticas, la capacidad de análisis y síntesis, gestión de la información, resolución de problemas, razonamiento crítico, aprendizaje autónomo y toma de decisiones, competencias que desarrolla esta asignatura en el dirección estratégica que llevan a cabo las empresas.

Requisits

Recomanables

Tener superada la asignatura 20505

Competències

Específiques

- * Desarrollo de pensamiento estratégico y competitivo

Genèriques

- * Conocer las diferentes estrategias empresariales que puede utilizar la empresa en su entorno competitivo internacional turbulento.



Guia docent

Bàsiques

- * Podeu consultar les competències bàsiques que l'estudiant ha d'haver assolit en acabar el grau a l'adreça següent: http://estudis.uib.cat/ca/grau/comp_basiques/

Continguts

Se cubren tópicos apuntados en asignaturas previas, profundizando en las técnicas propias de Dirección Estratégica

Continguts temàtics

PROGRAMA. DIRECCIÓN ESTRATÉGICA

BLOQUE I: INTRODUCCIÓN Y ANÁLISIS ESTRATÉGICO

TEMA 1. FUNDAMENTOS DE DIRECCIÓN ESTRATÉGICA Y ESTRATEGIA EMPRESARIAL

La actitud estratégica. Necesidad y características. Estrategia y planificación estratégica La Dirección Estratégica

El proceso de Dirección Estratégica. Evolución de la Dirección Estratégica Definición de la estrategia empresarial

Componentes de la estrategia empresarial. Niveles de la estrategia Segmentación estratégica: las unidades estratégicas de negocio

TEMA 2- ENTORNO

El diagnóstico del entorno. Concepto, naturaleza y tipología del entorno. Factores estratégicos del entorno Auditoría de las influencias del entorno. El marco PESTEL. El análisis del perfil estratégico del entorno de la empresa. El diamante de Porter. Los Ciclos de competencia. Métodos de previsión y prospectiva Métodos de prospectiva: Los escenarios

TEMA 3. ANÁLISIS ESTRUCTURAL DE LOS SECTORES INDUSTRIALES

Concepto de entorno competitivo y análisis estructural. Determinantes estructurales de las fuerzas de la competencia. Competidores potenciales Rivalidad entre competidores Productos sustitutos Poder de negociación de proveedores y clientes

TEMA 4. EL ANÁLISIS INTERNO DE LA EMPRESA: ENFOQUES Y TÉCNICAS

Introducción. El análisis interno de la empresa El análisis funcional. El perfil estratégico de la empresa Auditoría de Recursos y Capacidades. El conocimiento organizacional. Conocimiento tácito y explícito. Análisis de la Cadena de Valor La investigación de los competidores. El Benchmarking Las matrices de análisis estratégico. La matriz de crecimiento – cuota de mercado, o matriz de la Boston Consulting Group (BCG) Matriz de posición competitiva- atractivo de la industria La matriz de posición competitiva- madurez. Matriz Orgánica Identificación de los aspectos clave: El análisis DAFO y factores críticos de éxito

BLOQUE II LA FORMULACIÓN DE LA ESTRATEGIA

TEMA 5. FORMULACIÓN DE LOS OBJETIVOS Y DE LA ESTRATEGIA EMPRESARIAL

Propósitos de la organización. Formulación de la misión organizacional. Objetivos. Objetivos corporativos. Objetivos de negocio. Objetivos a nivel funcional. Patrones de desarrollo estratégico. Estrategias deliberadas y realizadas. Perspectiva de planificación. Perspectiva del

Guia docent

incrementalismo lógico. Desarrollo de la estrategia como resultado de procesos. La perspectiva cultural

TEMA 6. ESTRATEGIAS COMPETITIVAS GENÉRICAS

Estrategia y ventaja competitiva. Creación de la ventaja competitiva. Mantenimiento de la ventaja competitiva. Actualización modelo Porter,

TEMA 7. ESTRATEGIAS DE CRECIMIENTO

La expansión de actividades Desarrollo interno frente a desarrollo externo Las alianzas estratégicas. Estrategia de Diversificación. La estrategia de diversificación relacionada. Estrategia de diversificación no relacionada o conglomerada. La estrategia de integración vertical. Razones para la integración vertical. Riesgos de la integración vertical. Estrategia de internacionalización en turismo. Razones para la internacionalización Estrategia Global Propuestas de estrategia de internacionalización

TEMA 8 ESTRATEGIAS DEFENSIVAS

Estrategia de saneamiento Estrategia de desinversión La estrategia de venta La estrategia de cosecha La estrategia de liquidación. Estrategias de innovación y Reestructuración. Estrategias de innovación

BLOQUE III: LA IMPLANTACIÓN DE LA ESTRATEGIA

TEMA 9. LA IMPLANTACIÓN DE LA ESTRATEGIA

.El diseño de la estructura organizativa. . La dirección y el liderazgo. Gestión del cambio. Perspectiva política. Tácticas operativas.

Metodologia docent

La enseñanza de la asignatura ofrece una doble vertiente: Teórica y Práctica.

1. La enseñanza teórica se llevará a cabo mediante la exposición del contenido de los temas a fin de configurar el esquema conceptual y doctrinal de la problemática objeto de la disciplina. Es importante que el alumno/a entienda la necesidad de completar las notas o apuntes tomados durante las clases con la bibliografía básica y complementaria que se adjunta al final del presente programa. Los profesores recomendarán para cada tema el material bibliográfico más adecuado y los alumnos/as deberán preparar los temas ayudándose de dicha bibliografía.

2. La enseñanza práctica se desarrollará atendiendo a la resolución por parte de los alumnos/as de los casos prácticos correspondientes, con objeto de que puedan experimentar el alcance de la aplicación una vez fijadas las ideas. Posteriormente, la solución será expuesta en clase y comentada por el profesor/a.

3. OTRAS ACTIVIDADES 1. Trabajos individuales o de grupo: realización y entrega de un número determinado de prácticas y/o trabajos de forma individual o en grupos integrados por 3/5 alumnos máximo.

2. Tutorías personalizadas 3. Lecturas complementarias.

ORGANIZACIÓN

Clases presenciales dirigidas al gran grupo, que proporcionen y desarrollen los conocimientos teóricos sobre el proceso de dirección estratégica en empresas reales.

Trabajos y actividades en grupo (no presencial). Centrados en:

- el uso de herramientas que midan las ventajas competitivas de una empresa turística, y que permita obtener conclusiones sobre la coherencia de su posición competitiva y la estrategia utilizada.

Guia docent

- El trabajo de comprensión y síntesis de los elementos fundamentales de cada uno de los temas que integran el programa.

Esta asignatura se imparte de forma presencial en los grupos de mañana en Palma. En los grupos de tarde se imparte de forma presencial en Palmy por videoconferencia para el grupo de Menorca

Activitats de treball presencial (4,88 crèdits, 122 hores)

Modalitat	Nom	Tip. agr.	Descripció	Hores
Classes teòriques	DESARROLLO TEÓRICO DE LOS TEMAS	Grup gran (G)	Exposición teórica de los temas	

A començament del semestre hi haurà a disposició dels estudiants el cronograma de l'assignatura a través de la plataforma UIBdigital. Aquest cronograma inclourà almenys les dates en què es faran les proves d'avaluació contínua i les dates de lliurament dels treballs. A més, el professor o la professora informará els estudiants si el pla de treball de l'assignatura es durà a terme a través del cronograma o per una altra via, inclosa la plataforma Aula digital.

Activitats de treball no presencial (1,12 crèdits, 28 hores)

Modalitat	Nom	Descripció	Hores
Estudi i treball autònom individual	LECTURA MATERIAL Y LIBROS DE LECTURA OBLIGATORIA	Gestión del poder	
Estudi i treball autònom en grup	SIMULACIÓN DE GESTIÓN	Aplicación práctica de los conceptos en un entorno competitivo	

Riscs específics i mesures de protecció

Les activitats d'aprenentatge d'aquesta assignatura no comporten riscos específics per a la seguretat i salut dels alumnes i, per tant, no cal adoptar mesures de protecció especials.

Avaluació de l'aprenentatge dels estudiants

La asistencia al 80% de las clases libera de la realización del examen que forma parte de primer bloque de evaluación

Frau en elements d'avaluació

D'acord amb l'article 33 del Reglament acadèmic, "amb independència del procediment disciplinari que es pugui seguir contra l'estudiant infractor, la realització demostradorament fraudulenta d'alguns dels elements d'avaluació inclosos en guies docents de les assignatures comportarà, a criteri del professor, una menysvaloració en la seva qualificació que pot suposar la qualificació de «suspens 0» a l'avaluació anual de l'assignatura".

Guia docent

DESARROLLO TEÓRICO DE LOS TEMAS

Modalitat	Classes teòriques
Tècnica	Altres procediments (no recuperable)
Descripció	Exposición teórica de los temas
Criteris d'avaluació	Examen final (evitable con asistencia a clase). Trabajos aplicado en empresa turística (consultoría junior) y de crowdsourcing estratégico con empresas reales

Percentatge de la qualificació final: 50%

LECTURA MATERIAL Y LIBROS DE LECTURA OBLIGATORIA

Modalitat	Estudi i treball autònom individual
Tècnica	Treballs i projectes (no recuperable)
Descripció	Gestión del poder
Criteris d'avaluació	Lectura sobre estrategia, gestión del poder y pensamiento estratégico

Percentatge de la qualificació final: 25%

SIMULACIÓN DE GESTIÓN

Modalitat	Estudi i treball autònom en grup
Tècnica	Altres procediments (no recuperable)
Descripció	Aplicación práctica de los conceptos en un entorno competitivo
Criteris d'avaluació	Casos empresariales y de estrategia y ejercicios grupales a ser presentados en clase

Percentatge de la qualificació final: 25%

Recursos, bibliografia i documentació complementària

Bibliografia bàsica

- BUENO CAMPOS, E. (1996): La direcció'n estratègica de la empresa: Metodològia, tècniques i casos. Piràmide, Madrid.
- BUENO CAMPOS, E. y MORCILLO, P. (1993): La direcció'n eficiente. Piràmide, Madrid.
- DURA'N HERRERA, J.J. (coordinador) (1996): Multinationales españolas I. Algunos casos relevantes. Piràmide, Madrid.
- DURA'N HERRERA, J.J. (1999): Multinationales españolas en Iberoamérica: Valor estratègic. Piràmide, Madrid.
- FERNANDEZ SANCHEZ, E. y FERNANDEZ CASARIEGO, Z (1988): Manual de direcció'n estratègica de la tecnologia. Ariel, Barcelona.
- GRIMA TERRE, J.D. y TENA MILLAN, J. (1987): Anàlisis y formulació'n de estrategia empresarial. Hispano- Europea, Barcelona.
- JOHNSON, G. y SHOLES, K. (2006): Direcció'n estratègica. Prentice-Hall, Madrid (7a Edició'n).
- MARTEN ULIARTE, I. (1987): Planificació'n estratègica en empresas diversificadas: Anàlisis de la cartera. Universidad Autónoma de Madrid, Madrid.
- MENGUZZATO M. y RENAU J.J. (1992): La direcció'n estratègica de la empresa. Un enfoque innovador del management. Ariel Economía, Barcelona.

Guia docent

NAVAS LO'PEZ, J.E.; GUERRAS MARTI'N, L.A. (2004): La direcció estratègica de la empresa. Teoria y aplicaciones. Ed. Civi'tas, Madrid.

NEUBAUER, FRANZ-FRIEDRICH (1990): Gestió de carteras. El concepto de beneficio potencial y su aplicacio'n. Serie McGraw-Hill de Management, Me'xico.

PORTER, MICHAEL E. (1991): Estrategia Competitiva. CECSA, Me'xico (15a reimp). PORTER, MICHAEL E. (2003): Ventaja Competitiva. CECSA, Me'xico (2a ed. rev., 1a reimp).

PU'MPIN y GARCIA ECHEVARRIA (1990): Dinamica empresarial. Una nueva cultura para el e'xito de la empresa. Di'az de Santos, Madrid.

RIES, A. y TROUT, J. (1986): La guerra de Mercadotecnia. McGraw-Hill, Me'xico.

ROIG AMAT, B. (1985): El desafio europeo a las empresas espan~olas. Deusto, Bilbao.

STEINER, G.A. (1999): Planificacio'n de la alta direccio'n. AUNSA, Pamplona.

THOMPSON, A.A. y STRICKLAND, A.J. (1994): Direccio'n y administracio'n estratègicas: Conceptos, casos y lecturas. Addison-Wesley, Madrid. [Existe versio'n actualizada del a~no 2001].

UDAONDO DURA'N, M. (1992): Gestio'n de la calidad. Di'az de Santos, Madrid.

Bibliografia complementària

GREENE, R (2001) 48 LEYES DEL PODER. ARIEL. BARCELONA

