UNIVERSIDAD DE SEVILLA
FACULTAD DE CIENCIAS
ECONOMICAS Y EMPRESARIALES

ESCUELA UNIV. DE ESTUDIOS EMPRESARIALES
UNIV. DE SEVILLA
31 OCT 2001
ENTRADA N.º 1867

DIRECCIÓN ESTRATÉGICA DE ORGANIZACIONES TURÍSTICAS

DIPLOMATURA DE TURISMO

Profesores

Dr. D. José Luis Galán González
D. Francisco José Acedo González
D. Ignacio Castro Abancéns

Departamento de Administración de Empresas y Comercialización e Investigación de Mercados (Marketing)

Diligencia para hacer constar que el presente programa es el depositado por el Dpto. en este Centro.

El Secretario del Centro: José Ángel Pérez López

Código Seguro De Verificación	BoL2Lb6yDAbd5jChF1uooA==	Fecha	20/02/2021
Firmado Por	JOSE ANGEL PEREZ LOPEZ		
Url De Verificación	https://pfirma.us.es/verifirma/code/BoL2Lb6yDAbd5jChF1uooA==	Página	1/10

- **OBJETIVOS DOCENTES**

La asignatura de dirección estratégica pretende proporcionar al estudiante una visión global de la gestión de las empresas turísticas, integrando conocimientos adquiridos en otras disciplinas de naturaleza más operativa. Junto a ello, también trata de introducir al estudiante en la toma de decisiones a nivel de dirección general de la empresa. Para lo cual se presentan y explican diferentes modelos y esquemas orientadas a la captación y tratamiento de la información (sobre el entorno, sobre los recursos y capacidades, sobre los grupos de interés, etc.) necesaria para reducir la incertidumbre que caracteriza a estas decisiones.

TEMARIO.

TEMA 1.- El concepto de estrategia.

TEMA 2.- Un marco para el análisis de la estrategia.

TEMA 3.- Análisis del entorno sectorial y análisis interno del sector.

TEMA 4.- Análisis de los recursos y capacidades.

TEMA 5.- La ventaja competitiva: Naturaleza y tipos.

Tema 6.- Las estrategias de crecimiento. Las estrategias de internacionalización.

Código Seguro De Verificación	BoL2Lb6yDAbd5jChF1uooA==	Fecha	20/02/2021
Firmado Por	JOSE ANGEL PEREZ LOPEZ		
Url De Verificación	https://pfirma.us.es/verifirma/code/BoL2Lb6yDAbd5jChF1uooA==	Página	3/10

- **BIBLIOGRAFÍA.**

- Certo, S.C. y Peter, J.P. (1996): Dirección Estratégica. Ed. IRWIN, Madrid.

- Grant, R.M. (1996): Dirección Estratégica: Conceptos, técnicas y aplicaciones. Ed. Civitas, Madrid.

- Hamel, G. y Prahalad, C.K. (1995): Compitiendo por el futuro. Estrategia crucial para crear los mercados del mañana. Ed. Ariel, Barcelona.

- Hill, C.W.L. y Jones, G. R. (1996): Administración Estratégica: Un enfoque integrado. Ed. McGraw-Hill, Colombia.

- Johnson, G. y Scholes, K. (1996): Dirección Estratégica. Análisis de la estrategia de las organizaciones. Ed. Prentice Hall, Madrid.

- Porter, M.E. (1985): Estrategia competitiva. Ed. CECSA, México.

- Porter, M.E. (1987): Ventaja competitiva. Ed. CECSA, México.

- Thompson, A.A. y Strickland, A.J. (1994): Dirección y Administración Estratégicas: Conceptos, casos y lecturas. Ed. Addison Wesley, U.S.A.

- Valls, J.F. (1996): Las claves del mercado turistico. Ed. Deusto – Turismo.

- **LECTURAS RECOMENDADAS.**

- Boar, B. (1996): Sun Tse y Maquiavelo respecto a la estrategia, en Harvard-Deusto Business Review, nº 71, pp.15-17.

Código Seguro De Verificación	BoL2Lb6yDAbd5jChF1uooA==	Fecha	20/02/2021
Firmado Por	JOSE ANGEL PEREZ LOPEZ		
Url De Verificación	https://pfirma.us.es/verifirma/code/BoL2Lb6yDAbd5jChF1uooA==	Página	5/10

- Collins, J.C. y Porras, J.I. (1996): La visión fundamental, en Harvard-Deusto Business Review, nº 72, pp.6-15.

- Felipe Gallego, J. (1996): Dirección estratégica en los hoteles del siglo XXI. Ed. Mc Graw Hill.

- Ghosal, S. y Mintzberg, H. (1994): Diversificación: de la teoría a la realidad, en Harvard-Deusto Business Review, nº 64, pp.5-18.

- Goddard, J. y Houlder, D. (1995): Estrategia: más allá de la magia, en Harvard-Deusto Business Review, nº 69, pp.34-48.

- Hinterhuber, H.H. y Popp, W. (1992): Cómo distinguir un estratega de un simple directivo, en Harvard-Deusto Business Review, nº 51, pp.4-14.

- Kay, J. (1993): La estructura de la estrategia, en Harvard-Deusto Business Review, nº 57, pp.34-44.

- Laws, E., Faulkner, B. y Moscardo, G. (1998): Embracing and managing change in tourism. Ed. Routledge.

- Martín Rojo, I. (1998): Economía y administración de empresas turísticas. Ed. Universidad de Málaga.

- McIntosh, R.W., Goeldner C.R. y Ritchie, J.R. (1999): Turismo : planeación, administración y perspectivas. Ed. Wiley.

- Sonnenberg, F.K. (1994): La era de los intangibles, en Harvard-Deusto Business Review, nº 59, pp.30-35.

Código Seguro De Verificación	BoL2Lb6yDAbd5jChF1uooA==	Fecha	20/02/2021
Firmado Por	JOSE ANGEL PEREZ LOPEZ		
Url De Verificación	https://pfirma.us.es/verifirma/code/BoL2Lb6yDAbd5jChF1uooA==	Página	7/10

- **SISTEMA DE EVALUACIÓN.**

El alumno contará con las convocatorias oficiales en la que se realizará un examen final que constará de una batería de preguntas tipo test y/o preguntas cortas. Las preguntas se basarán en los textos y artículos de estudio obligatorio y en las explicaciones complementarias que se hayan impartido en las clases. En todo caso, las preguntas tipo test darán tres alternativas, con una sola contestación correcta, puntuándose los aciertos con 1 y los errores con –0.5.

La calificación obtenida en el examen podrá incrementarse, hasta un máximo de dos puntos, en función del grado de participación del alumno en distintas actividades, como por ejemplo: trabajos y/o presentaciones individuales o en grupo, resolución de casos, etc.

- **Recomendación para la preparación de los temas de la asignatura**

A lo largo de las clases que se vayan impartiendo, los profesores de la asignatura podrán recomendar referencias bibliográficas así como los artículos que estimen oportuno para complementar y asegurar la formación del alumno.

Código Seguro De Verificación	BoL2Lb6yDAbd5jChF1uooA==	Fecha	20/02/2021
Firmado Por	JOSE ANGEL PEREZ LOPEZ		
Url De Verificación	https://pfirma.us.es/verifirma/code/BoL2Lb6yDAbd5jChF1uooA==	Página	9/10