



Centre adscrit



UNIVERSITAT DE  
BARCELONA

# PLAN DOCENTE

## Máster en Dirección de Empresas Turísticas

Código -Asignatura	590003 – Dirección estratégica		
Curso	1	Créditos	
Bloque Temático	Administració i direcció d'Empreses Turístiques	Tipo de asignatura	Obligatoria
Horas presenciales		Horas de trabajo autónomo	

### BREVE DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

La asignatura pretende el desarrollo de habilidades estratégicas básicas en los participantes con el objeto de que puedan reflexionar sobre los problemas reales de las empresas turísticas, establecer criterios de análisis cualitativos y cuantitativos, diseñar soluciones alternativas y tomar decisiones que permitan alcanzar la implantación de soluciones estratégicas.

Una vez el participante ha adquirido ciertas habilidades estratégicas se le inducirá a que pueda formular estrategias completas y coherentes que den respuesta a los cambios del mercado, la competencia, la tecnología, el entorno sociopolítico y la organización en sí misma. Entender la empresa como un sistema holístico en que todas las políticas de la empresa deberán coordinarse e integrarse de manera simultánea e interdependiente. De esta forma, se podrán integrar a las decisiones estratégicas ámbitos como los recursos humanos, la reputación online, entre otras.

### COMPETENCIAS BÁSICAS

CB8- Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios

CB10- Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

### COMPETENCIAS GENÉRICAS

CG1- Orientarse al negocio.

CG2- Ejercer el liderazgo.



Centre adscrit



UNIVERSITAT DE  
BARCELONA

# PLAN DOCENTE

## Máster en Dirección de Empresas Turísticas

CG5- Empezar proyectos innovadores y creativos.

### COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

---

CE1- Definir las políticas necesarias para la consecución de los objetivos derivados del análisis estratégico de la empresa.

### CONTENIDOS TEMÁTICOS

---

1. El pensamiento estratégico.
2. El proceso de decisión estratégico.
3. El análisis previo a la estrategia.
4. Estrategia de empresa.
5. Despliegue, implantación y seguimiento de la estrategia.
6. Implicando a las personas.

### METODOLOGIA DE APRENDIZAJE

---

La asignatura se basa en sesiones presenciales expositivas, de carácter teórico-práctico, donde se utilizan distintas metodologías como la exposición, el debate dirigido, el trabajo en grupos o las actividades de aplicación.

La asignatura se imparte por profesores y profesionales de los ámbitos de la gestión estratégica y de la dirección de empresas turísticas, así como por responsables de la asignatura, con la función prioritaria de dinamizar el proceso formativo garantizando un buen aprovechamiento del curso.

### SISTEMA DE EVALUACIÓN

---

La evaluación es el proceso de valoración del grado de logro de los aprendizajes por parte del estudiante en relación a las competencias propias de esta asignatura.

En este sentido, el estudiante podrá optar por ser evaluado de forma continua durante el curso o mediante una evaluación única al final del periodo establecido.

**Evaluación Continuada:** consiste en la valoración del proceso de enseñanza-aprendizaje a partir del seguimiento continuado durante el curso del trabajo que realiza el estudiante y de



Centre adscrit



UNIVERSITAT DE  
BARCELONA

## PLAN DOCENTE

### Máster en Dirección de Empresas Turísticas

los aprendizajes que incorpora. Para poder optar a ser evaluado en esta modalidad, hará falta asistir a un mínimo del 80% de las clases presenciales.

**Evaluación Única:** consiste en la valoración de este proceso al final del periodo establecido, para aquellos estudiantes que, por razones justificadas, no han podido asistir regularmente a las clases presenciales. Esta valoración se realiza a partir de las evidencias que esta asignatura tiene asignadas para dicha modalidad.

Sistemas de evaluación	Continua	Única
Trabajo realizado por el estudiante	40 %	40%
Prueba final escrita	60 %	60%

#### Proceso de revisión y re-evaluación

El estudiante tiene derecho a la revisión de todas las evidencias de evaluación que hayan sido diseñadas para la valoración de su aprendizaje.

En el supuesto de que el estudiante no consiga lograr los objetivos de aprendizaje de la asignatura, para optar a una reevaluación y poder presentar o realizar una nueva evidencia de evaluación, será imprescindible cumplir alguna de las siguientes condiciones:

Tener una calificación igual o superior a 5 de la media de las actividades llevadas a cabo a lo largo del semestre sin tener en cuenta las pruebas finales (sea evaluación continua o única) haberse presentado a la prueba final.

Tener una calificación mínima de “4” de nota final de la asignatura.

La máxima calificación en el caso de la reevaluación que se podrá obtener es un “5” de nota final de la asignatura.

#### FUENTES DE INFORMACIÓN BÁSICAS

---



Centre adscrit



UNIVERSITAT DE  
BARCELONA

**PLAN DOCENTE**

**Máster en Dirección de Empresas Turísticas**

GODIN, S. (2008): La vaca púrpura. Diferénciate para transformar tu negocio. Barcelona. Ed. Gestión 2000.

GOLEMAN D. (1992): La práctica de la inteligencia emocional, Ed. Kairos S.A., Barcelona.

MAYORDOMO, J.L. (2003): Estrategias de éxito en internet. Barcelona. Ed. Gestión 2000.

PARDO L. Y VALDES T (2003) Decisiones Estratégicas. Ed. Díaz de Santos S.A.

SEYBOLD, P.B. (2000): Clientes.com: cómo crear una estrategia de negocios rentable para la Internet y el futuro. Barcelona. Ed. Granica.

KAPLAN R. S.; NORTON D.P. (2003) How to implement a new strategy disrupting your organization. Harvard Business Review Article.

KAPLAN R. S.; NORTON D.P. (2000) Cómo utilizar el cuadro de mando integral: para implantar y gestionar su estrategia. Ed. Gestión 2000.

KAPLAN R. S.; NORTON D.P. (2004) Mapas Estratégicos. Ed. Gestión 2000.

MICHAEL E. PORTER, (2010) Ventaja Competitiva: Creación y sostenimiento de un desarrollo superior, Pirámide

MICHAEL E. PORTER, (2000) Estrategia Competitiva: Técnicas para el análisis de los sectores Industriales y de la competencia, Grupo editorial Patria