

Programa Foundation Year
INTRODUCCIÓN A LA EMPRESA

Horas de docencia presencial: 45
Créditos: 6 ECTS – 3 US credits

Objetivos

Este curso ofrece a los estudiantes el conocimiento de una empresa desde un punto de vista gerencial, que les permitirá:

- Conocer el concepto, los elementos y las tipologías de empresas.
- Estudiar la función y las tareas directivas.
- Aprender los aspectos relativos a la estrategia empresarial que se desarrollan a partir del análisis estratégico (tanto interna como externa).
- Descubrir las tipologías estratégicas (tanto en el nivel competitivo como en el nivel corporativo).

Resultados de aprendizaje

Generales:

- Desarrollar capacidades y estrategias para el aprendizaje independiente, incluida la responsabilidad activa del proceso de aprendizaje, el desarrollo de la capacidad de autoevaluar el progreso y la gestión del tiempo.
- Mejorar las habilidades de trabajo en equipo mediante la adopción de una metodología colaborativa para completar tareas, proyectos y presentaciones.
- Adaptarse al trabajo en un contexto internacional, entendiendo la estructura intercultural de la clase / grupo y desarrollando la empatía.
- Evaluar críticamente las habilidades y enfoques requeridos en diferentes contextos.
- Utilizar diferentes medios para apoyar el aprendizaje, la comunicación y las habilidades de presentación.
- Incorporar comentarios y evaluaciones de profesores y compañeros para mejorar el aprendizaje.

Específicos:

- Comprender los aspectos fundamentales relacionados con la empresa y la función directiva, con especial énfasis en las diversas empresas turísticas.
- Conocer y entender los conceptos y las técnicas relativas a la dirección estratégica de la empresa y su aplicación en el ámbito turístico.
- Emprendimiento e innovación. Para fomentar el espíritu emprendedor de los estudiantes, se trabajará y discutirá sobre la orientación emprendedora en el marco de la función directiva y la estrategia empresarial.

Programa

1. La empresa.

- 1.1. Concepto de empresa.
- 1.2. Elementos y funciones de la empresa.
- 1.3. Clases de empresas. Las empresas turísticas. Creación de valor y beneficios de la empresa.

2. La función directiva.

- 2.1. Concepto y clases de dirección.
- 2.2. Tareas fundamentales de dirección
- 2.3. Tareas instrumentales de dirección. El empresario.

3. La estrategia de la empresa.

- 3.1. Concepto y elementos de la estrategia.
- 3.2. Diferentes niveles de la estrategia.
- 3.3. El proceso de formulación de la estrategia.

4. Análisis interno.

- 4.1. Análisis funcional y perfil estratégico.
- 4.2. La cadena de valor.
- 4.3. Análisis de los recursos y capacidades.

5. Análisis del entorno.

- 5.1. Análisis del entorno general.
- 5.2. Análisis del entorno específico.
- 5.3. Tendencias actuales en el ámbito turístico. Caso práctico sobre la aplicación del análisis de cinco fuerzas de Porter en el sector turístico.

6. Estrategias competitivas.

- 6.1. Naturaleza y fuentes de la ventaja competitiva.
- 6.2. Estrategias competitivas genéricas.
- 6.3. Estrategias según el ciclo de vida del sector.

7. Estrategias corporativas.

- 7.1. Direcciones del desarrollo estratégico.
- 7.2. Estrategias de diversificación y de integración vertical.
- 7.3. Estrategias de internacionalización y cooperación.

Metodología

La asignatura funciona partiendo de las siguientes metodologías:

a) Metodología de la parte teórica de la asignatura:

Explicaciones presenciales de tipo clase-magistral, de los conceptos básicos, de los diferentes temas del programa. Las clases se imparten con audiovisuales (visionado de algún vídeo como refuerzo de la teoría, presentaciones en PowerPoint, etc.).

b) Metodología de la parte práctica de la asignatura:

Realización y exposición en clase de ejercicios y de casos prácticos -individuales y en equipo- relacionados con las explicaciones teóricas (algunos ejercicios se realizan fuera del horario de clase). Además, se elaborarán trabajos sobre algunos de los temas de programa, presentándolos públicamente en clase. Tanto los ejercicios como el trabajo implican la entrega de un documento en papel y/o formato digital para su evaluación.

Criterios de evaluación

15%: La realización y exposición-discusión de ejercicios y casos individuales y en equipo.

25%: La realización de un trabajo en equipo.

50%: Actividades y prueba de validación de contenidos.

10%: Actividades de autoevaluación.

Bibliografía

GRANT, RM (2006): Dirección estratégica. Conceptos, técnicas y aplicaciones. Editorial Civitas, Madrid.

MARTÍN ROJO, I. (2020): Dirección y gestión de empresas del sector turístico. 6ª edición. Ediciones Pirámide, Madrid.

NAVAS, JE y GUERRAS, LA (2007): La dirección estratégica de la empresa. Teoría y aplicaciones. Editorial Civitas, Madrid.