

Plan Docente

- **Asignatura:** Dirección estratégica de empresas de eventos y turismo de negocios.
- **Créditos:** 6
- **Programa:** Máster Universitario en Gestión Internacional del Turismo, con Especialidad en Gestión Internacional del Turismo de Eventos y Negocios
- **Módulo:** Obligatorio.
- **Materia:** Gestión de empresas de organización de eventos de turismo de negocios en entornos globales.
- **Abreviatura:** DEE
- **Profesor Coordinador:** Dr. Luis Alberto Seguí Amórtegui
- **Curso académico:** 2018-2019
- **Convocatoria:** Abril 2010
- **Cuatrimestre:** Segundo
- **Campus:** Barcelona

Tabla de contenidos

1. Profesorado	3
1.1. Profesor coordinador de la asignatura	3
1.2. Profesorado de la asignatura	¡Error! Marcador no definido.
2. Presentación.....	4
2.1. Descripción	4
2.2. Campos profesionales en los que se proyecta	4
3. Competencias.....	5
3.1. Competencias específicas de la materia en la que se circunscribe.....	6
3.2. Resultados del aprendizaje.....	¡Error! Marcador no definido.
4. Programa	7
5. Metodologías docentes.....	
6. Actividades formativas.....	
7. Sistemas de evaluación	9
8. Recursos de aprendizaje.....	9
9. Bibliografía.....	10
9.1. Básica.....	10
9.2. Recomendada	10

1. Profesorado

1.1. Profesor coordinador de la asignatura



Dr. Luis Seguí Amórtégui
(luisalberto.segui@campus.eae.es)

Luis Seguí es Doctor por la Universidad Politécnica de Cataluña, con Máster en Ingeniería Económica y Financiera por la Universidad Nacional Autónoma de México e Ingeniero Bioquímico por el Instituto Tecnológico de Celaya. En sus 23 años de vida profesional, siempre ha estado vinculado al sector público y privado, así como a la docencia.

El Dr. Seguí cuenta con la Acreditación como Profesor Contratado Doctor por la por la Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación (ANECA), Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, Gobierno de España; Acreditación como Profesor Lector en el ámbito de la Ingeniería y Arquitectura por la Agencia por la Calidad del Sistema Universitario de Cataluña (AQU) y fue miembro del Sistema Nacional de Investigadores (SNI – Nivel 1) del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT) del Gobierno Mexicano.

Luis Seguí es profesor Asociado de la UPC en el Departamento de Organización de Empresas, así como profesor del Centro Universitario EAE, su área de especialización está vinculada a la empresa, el medio ambiente y la sostenibilidad. Es una persona con una dilatada experiencia docente frente a grupos, tanto a nivel de grado, maestría y doctorado.

El Dr. Seguí ha trabajado en el sector público y privado durante más de 20 años y actualmente es el responsable del diseño e implantación del Sistema de Garantía Interna de la Calidad de EAE, así como consultor internacional para la Organización Mundial de Meteorología y la Unión Europea.

La investigación desarrollada ha originado la producción de 30 aportaciones entre revistas internacionales, capítulos en libros y trabajos relacionados con la

divulgación. Asimismo, ha colaborado en la realización de 4 proyectos de investigación de concurrencia competitiva.

2. Presentación

2.1. Descripción

En este punto del desarrollo del programa del curso, una vez superadas las asignaturas, iniciamos la inmersión en dos ámbitos concretos, de tipo estratégico. En primer lugar – aunque no necesariamente por este orden, el examen de las diferentes estrategias que pueden y suelen aplicarse en el sector MICE haciendo hincapié y, con especial énfasis, en el segmento asociativo y corporativo en el que destacan una serie de actores principales que iremos desgranando. Por otro lado, la inmersión en el rol de la dirección de proyectos: cómo a través de la metodología de gestión de proyectos (GP), se puede organizar, planificar, controlar y evaluar la realización de un evento.

2.2. Campos profesionales en los que se proyecta

El conjunto de aprendizajes que recibirá el alumno en esta asignatura es indispensable para el desempeño de numerosas actividades profesionales, tanto en establecimientos hoteleros como en todo tipo de infraestructuras para reuniones –la oferta- así como en departamentos de marketing y de recursos humanos de empresas, clientes que organizan o toman parte en eventos, es decir, la demanda potencial y en algunos casos, real. También se proyecta hacia los protagonistas de la intermediación.

De modo especial, la asignatura se proyecta en campos como: Empresas proveedoras de alojamiento, y servicios relacionados con el sector MICE Gestores de infraestructuras para eventos (espacios multidisciplinares y centros de convenciones) Departamentos de Marketing, Comercial y Recursos Humanos que celebran convenciones y viajes de incentivos. Organizadores profesionales de congresos (OPCs). Organizaciones de marketing de destinos (CVBs y DMCs).

3. Competencias

3.1 Competencias básicas y generales de la materia en la que se circunscribe

CG9 - Identificar y analizar información compleja, limitada e incierta, a fin de localizar amenazas, oportunidades y cualquier cambio en el entorno competitivo de la empresa. el destino o la industria turística, y orientar la estrategia en función de los posibles escenarios futuros.

CG10 - Reconocer los riesgos a los que está expuesta la organización en un contexto internacional, entendiendo y adaptándose a las particularidades culturales de cada mercado turístico.

CG12 - Analizar y valorar diferentes alternativas en la solución de problemas de la organización, de responder y gestionar los cambios.

CG15 - Analizar la información económico-financiera característica de la explotación turística y los procesos mediante los que se elabora y evalúa.

CG16 - Evaluar y aplicar los conceptos, estructuras y técnicas de dirección estratégica de organizaciones y destinos turísticos en contextos internacionales.

CG1 - Identificar las áreas funcionales de la organización turística y sus interrelaciones, profundizando en cómo debe adaptarse el diseño organizativo y la configuración de los procesos al alcance internacional del negocio.

CG2 - Analizar la complejidad de la gestión internacional de empresas turísticas y comprender los factores claves de éxito y de creación de valor en la competencia internacional.

CG3 - Analizar la complejidad de la gestión internacional y del posicionamiento estratégico de destinos turísticos y comprender los factores claves de de su competitividad internacional.

CG4 - Cambiar y adaptarse a la evolución de las tecnologías, el mercado y el medio en que está inserta la empresa, incluyendo aplicaciones relativas a nuevas tecnologías de información.

CG5 - Evaluar distintas aproximaciones conceptuales y teóricas a los problemas de gestión en turismo dentro de un contexto global, utilizando con destreza métodos, técnicas y herramientas.

CG6 - Gestionar la toma de decisiones en situaciones de complejidad internacional y de sopesar sus consecuencias para conseguir apoyos y minimizar resistencias y conflictos.

CG7 - Apreciar la dimensión internacional de los negocios turísticos y las formas en que impactarán sobre ellos la globalización y el comercio internacional, entre otras fuerzas que cambiarán la dinámica competitiva sectorial.

CG8 - Diseñar estrategias y políticas empresariales innovadoras, que sean coherentes con la misión y visión de la organización así como con los recursos y capacidades con que cuenta, teniendo en cuenta las especificidades de la industria turística.

CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.

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

3.2 Competencias específicas de la materia en la que se circunscribe

CE01 -Localizar las magnitudes micro y macro-económicas, políticas, sociales, culturales y tecnológicas y analizar esta información, para evaluar el impacto de las políticas y la coyuntura sectoriales y generales sobre las decisiones de las organizaciones turísticas, utilizando herramientas estadísticas, prospectivas y de inteligencia competitiva.

CE07 - Desarrollar capacidades de liderazgo y gestión de personas y equipos de composición plural e internacional, que estimulen la implicación y el compromiso de sus miembros y garanticen la prestación del servicio de acuerdo con la política de calidad establecida.

CE08 -Desarrollar la capacidad para imaginar las tendencias de futuro que el sector empieza a vislumbrar, así como la competencia de destinos y competidores emergentes, para diseñar e implantar procesos de cambio en consecuencia que desafíen las lógicas preestablecidas e incentiven la innovación, la mejora continua y la creatividad.

CE09 -Valorar los aspectos clave de la dirección general de una empresa vinculada al turismo de negocio, a fin de determinar los objetivos estratégicos, la organización de los recursos y capacidades y las estrategias competitivas y corporativas capaces de crear un posicionamiento en los mercados acordes a las oportunidades y amenazas que se le presentan.

4. Programa

- **Tema 1. Estrategia.** Se definirán los conceptos de estrategias, el análisis competitivo, la elección estratégica y la implantación.
- **Tema 2. Dirección estratégica de proyectos.** Empresa y política de empresa, la gestión de proyectos y la empresa, la dirección estratégica de proyectos, gestión del cambio, estructuras organizacionales en proyectos.
- **Tema 3. Gestión del alcance.** Gestión del alcance, estructura de desglose del Trabajo (EDT) y mecanismos disponibles de certificación y control del alcance.
- **Tema 4. Gestión del tiempo.** Técnicas y herramientas de apoyo a la gestión de la planificación de un proyecto, Cronograma, estimación de necesidades de recursos y duración de actividades, las claves de la programación con recursos limitados o el control de la programación, entre otras técnicas.
- **Tema 5. Gestión del coste.** Comprenderemos cómo la gestión del coste se debe involucrar en la programación y control del proyecto a la hora de la toma de decisiones a corto, medio y largo plazo, ya que es de vital importancia en la consecución del éxito del mismo, Técnica de Valor Ganado
- **Tema 6. Código ético de la dirección de proyectos.** Desarrollaremos las competencias del Project Manager con el objetivo de saber gestionar y desarrollar las personas del equipo, ser socialmente responsable y respetar una ética profesional muy bien definida. Estudiaremos aspectos como la planificación de los Recursos Humanos, la gestión y dirección del equipo de proyecto o las competencias personales del Project Manager.

5. Metodologías docentes

El desarrollo de las sesiones lectivas se basa en la explicación y desarrollo de los conceptos, técnicas y herramientas de los contenidos del programa, apoyados en todo momento en ejemplos para facilitar su comprensión y asimilación.

La asignatura se ha articulado en torno a cuatro grupos de metodologías:

1. Método expositivo/lección magistral. Exposición de los contenidos teóricos asistidos con casos prácticos como ilustración de dichos conceptos.
2. Clase expositiva/participativa: Exposición de contenidos teóricos con preguntas a los estudiantes sobre dichos contenidos para facilitar su reflexión y participación en clase.
3. Trabajo individual o cooperativo. Realización y presentación de trabajos individualmente o bien en grupo, dependiendo de la carga de trabajo y de la variedad de temas a desarrollar. En el caso de trabajo en grupo, práctica de liderazgo para organizar, desarrollar y presentar los trabajos.
4. Trabajo autónomo. Resolución de breves problemas por parte de los alumnos fuera del aula.

6. Actividades formativas

En función de las competencias definidas para esta materia, y en coherencia con las metodologías docentes propuestas, se han programado las actividades formativas siguientes:

- **Clases magistrales.** - Se impartirán durante una parte de la clase una serie de lecciones magistrales con las que se darán a conocer los principales conceptos de cada tema.
- **Enseñanza en grupos pequeños.** - Se realizarán equipos de trabajo de 4 o 5 personas que trabajarán técnicas como el puzle para el apoyo al aprendizaje.
- **Aprendizaje colaborativo.** - Estos mismos grupos trabajaran para desarrollar un aprendizaje cooperativo mediante la participación e intercambio de conocimientos entre ellos mismos.
- **Autoaprendizaje.** - Habrá una serie de temas y lecturas que los estudiantes desarrollaran fuera del aula de clase.
- **Estudio individual.** - Los estudiantes deberán dedicar unas horas a la semana para el estudio de los temas estudiados en clase.

7. Sistemas de evaluación

Las evaluaciones de la asignatura consisten en lo siguiente:

1. Examen final.

De carácter obligatorio para verificar el grado de aprendizaje teórico y práctico del alumno sobre la globalidad de los contenidos de la asignatura.

2. Trabajo en grupo.

De carácter obligatoria, la aplicación de la metodología a la GP de organización de un evento donde queden reflejadas las principales fases de gestión de un proyecto aplicado al ámbito del MICE.

3. Presentación oral.

Presentación, en grupo, de modo oral del proyecto y defensa del mismo.

Actividad de evaluación	Ponderación
Examen final	50%
Trabajo en grupo : Proyecto Organiza un evento	30%
Presentación oral	10%
Participación activa en el curso	10%
TOTAL	100%

8. Recursos de aprendizaje

Tema	Recurso	Tipo
Tema 1 al 6	Apuntes	En Blackboard

Tema 1 al 12	Proyecto: Organización de un Evento	En Blackboard
Tema 1 al 12	Diapositivas de Clase	En Blackboard

9. Bibliografía

9.1. Básica

- Magretta, J., *Understanding Michael Porter: The Essential Guide to Competition and Strategy*. Harvard Business Review Press, 2011
- PMI. A guide to the project management body of knowledge. Ed. Project Management Institute. Pennsylvania: 2013. 589 pp. ISBN 978193558967

9.2. Recomendada

- Anaya, Julio J. *Logística Integral. La gestión operativa de la empresa*. - - Madrid: Editorial ESIC; 2000, 295p.
- August Casanovas y Lluís Cuatrecasas (2011). *Logística Integral: Lean Supply*.
- Centro de Innovación y Desarrollo Empresarial (CIDEM). (2004) *Producción y logística. (Guías y herramientas de soporte a la innovación. Guías de gestión de la innovación)*. 134 pp. ISBN 84-393-6186-6.
- Chain Management. Editorial: Bresca Editorial. ISBN: 9788415330516
- Gonzalbes, C. *Dirección estratégica*. Pirámide, 2011.
- Guerras Martin, L.A., *Fundamentos de dirección estratégica*. Civitas ediciones, 2012.
- Mintzberg H., *El proceso estratégico*. Edición Europea. Prentice Hall, 1999.
- Navas López J.E., y Guerras Martín L.A., *La dirección estratégica de la empresa, teoría y aplicaciones (5ª Edición)*, 2015.
- Pérez, Marisol y colectivo. *Monografía sobre Logística Empresarial*. - - Holguín: Editorial Uho; 2003, 127p.
- Porter M.E, *Estrategia competitiva: técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia*. Grupo editorial Patria, 2000.

- Sabria, Federico y colectivo. La Cadena de Suministros- Editorial Gestiona. Logis. Book. 2003, 206p.
- Sahid, Feres. Logística Pura. - - Colección Logística. Cooperación John F. Kennedy. Año 2000. 116p.
- Schroeder Roger G. (1992). Administración de Operaciones. 3ra. Edición. Ed. McGraw Hill Interamericana de México.
- Strategor, *Estrategia, estructura, decisión, identidad*. Masson, 1995.