



UNIVERSIDAD DE LAS PALMAS  
DE GRAN CANARIA

GUÍA DOCENTE

CURSO: 2022/23

## 41328 - DIRECCIÓN ESTRATÉGICA DE EMPRESAS Y DESTINOS TURÍSTICOS

**CENTRO:** 151 - Facultad de Economía, Empresa y Turismo

**TITULACIÓN:** 4013 - Grado en Turismo (Gran Canaria)

**ASIGNATURA:** 41328 - DIRECCIÓN ESTRATÉGICA DE EMPRESAS Y DESTINOS TURÍSTICOS

Vinculado a : (Titulación - Asignatura - Especialidad)

4805-Doble Grado en Trad:Inglés-Alemán y Turi - 48755-DIRECCIÓN ESTRATÉGICA DE EMPRESAS Y DES - 00

**CÓDIGO UNESCO:** 5311      **TIPO:** Obligatoria      **CURSO:** 4      **SEMESTRE:** 1º semestre

**CRÉDITOS ECTS:** 6      **Especificar créditos de cada lengua:**      **ESPAÑOL:** 6      **INGLÉS:**

### SUMMARY

In this subject students will have the opportunity to learn the following:

- 1: To understand the relevance of strategic management as an adequate management tool to formulate strategies by considering external environment evolution and trends, as well as the internal strategic position of one particular hospitality firm or tourism destination.
- 2: To critically analyse and evaluate strategic planning and management practices in one particular hospitality firm or tourism destination in their different areas and operations, as well as the management style which is present in that firm or destination.
- 3: To explain the new challenges that hospitality firms and tourism destinations should face in the next years and decades, as well as to identify possible trends.
- 4: To design strategies for hospitality firms and tourism destinations by applying the method of strategic map. This method highlights the choice of competitive methods and strategic actions by considering their trade-offs or relationships. The designed strategy should also take into consideration the results of the SWOT analysis of the firm or destination.
- 5: To evaluate the implementation of one particular strategy previously designed by designing an appropriate management information system or Balanced Scorecard.

### REQUISITOS PREVIOS

### Plan de Enseñanza (Plan de trabajo del profesorado)

### Contribución de la asignatura al perfil profesional:

Con esta asignatura se pretende introducir al alumnos en el campo de la dirección estratégica, como un sistema de dirección empresarial que podría ser aplicado en el contexto de la empresa turística y de los destinos turísticos. Para ello, se destacará la importancia de la dirección estratégica en el ámbito turístico, así como las propias particularidades de las empresas y destinos

turísticos que deberían ser consideradas en cualquier aplicación de la dirección estratégica en este contexto. Posteriormente se describirá en términos generales y específicos el proceso de planificación estratégica que podría adoptarse para el caso de las empresas turísticas y otro para los destinos turísticos. Estos procesos de planificación estratégica incluyen tres fases básicas: el análisis estratégico, la formulación de estrategias y la implantación de las estrategias.

## **Competencias que tiene asignadas:**

Competencias Generales:

- CG1. Capacidad de gestión de la información.
- CG3. Creatividad.
- CG4. Iniciativa y espíritu emprendedor.
- CG5. Motivación por la calidad.
- CG6. Capacidad de análisis y síntesis.
- CG7. Comunicación oral y escrita en lengua española.
- CG8. Resolución de problemas.
- CG9. Razonamiento crítico.
- CG10. Compromiso ético.
- CG11. Aprendizaje autónomo.
- CG12. Adaptación a nuevas situaciones.
- CG13. Toma de decisiones.
- CG14. Trabajo en equipo.

Competencias Transversales:

- CN1. Comunicarse de forma adecuada y respetuosa con diferentes audiencias (clientes, colaboradores, promotores, agentes sociales, etc.), utilizando los soportes y vías de comunicación más apropiados (especialmente las nuevas tecnologías de la información y la comunicación) de modo que pueda llegar a comprender los intereses, necesidades y preocupaciones de las personas y organizaciones, así como expresar claramente el sentido de la misión que tiene encomendada y la forma en que puede contribuir, con sus competencias y conocimientos profesionales, a la satisfacción de esos intereses, necesidades y preocupaciones..
- CN2. Cooperar con otras personas y organizaciones en la realización eficaz de funciones y tareas propias de su perfil profesional, desarrollando una actitud reflexiva sobre sus propias competencias y conocimientos profesionales y una actitud comprensiva y empática hacia las competencias y conocimientos de otros profesionales.
- CN3. Contribuir a la mejora continua de su profesión, así como de las organizaciones en las que desarrolla sus prácticas a través de la participación activa en procesos de investigación, desarrollo e innovación.
- CN4. Comprometerse activamente en el desarrollo de prácticas profesionales respetuosas con los derechos humanos, así como con las normas éticas propias de su ámbito profesional para generar confianza en los beneficiarios de su profesión y obtener la legitimidad y la autoridad que la sociedad le reconoce.
- CN5. Participar activamente en la integración multicultural que favorezca el pleno desarrollo humano, la convivencia y la justicia social.

Competencias Específicas:

- CE1. Comprender los principios del turismo: su dimensión espacial, social, cultural, política, laboral y económica.
- CE3. Comprender el carácter dinámico y evolutivo del turismo y de la nueva sociedad del ocio.
- CE4. Conocer las principales estructuras político-administrativas turísticas.
- CE5. Tener una marcada orientación de servicio al cliente.
- CE6. Conocer las características de los principales agentes turísticos.
- CE7. Evaluar los potenciales turísticos y el análisis prospectivo de su explotación.

- CE8. Analizar las tendencias demográficas, económicas, sociales y culturales y su repercusión en el negocio turístico.
- CE10. Gestionar los recursos financieros.
- CE11. Definir objetivos, estrategias y políticas comerciales.
- CE12. Dirigir y gestionar los distintos tipos de entidades turísticas.
- CE13. Manejar técnicas de comunicación.
- CE14. Comprender el marco legal que regula las actividades turísticas.
- CE16. Identificar y gestionar espacios y destinos turísticos.
- CE20. Conocer los procedimientos operativos de las empresas de intermediación.
- CE21. Analizar los impactos generados por el turismo.
- CE22. Utilizar y analizar las tecnologías de la información y comunicaciones (TIC) en los distintos ámbitos del sector turístico.
- CE23. Comprender un plan público y las oportunidades que se derivan para el sector privado.
- CE25. Comprender el funcionamiento de los destinos, estructuras y mercados turísticos y sus sectores empresariales en el ámbito mundial.
- CE26. Conocer las iniciativas para valorizar el patrimonio cultural y comprender las características de su gestión
- CE27. Detectar necesidades de planificación técnica de infraestructuras e instalaciones turísticas
- CE28. Analizar las interrelaciones entre el turismo y el medio ambiente.

## Objetivos:

- O1. Comprender la importancia de la dirección estratégica para el rendimiento empresarial
- O2. Conocer la evolución y las expectativas de la actividad turística
- O3. Saber realizar un análisis estratégico para una empresa del sector
- O4. Conocer las fuentes de ventaja competitiva para el sector
- O5. Conocer y analizar las diferentes opciones estratégicas para las empresas
- O6. Saber elaborar un cuadro de mando integral
- O7. Saber realizar un análisis estratégico de un destino turístico
- O8. Aplicar los conceptos de la dirección estratégica a la gestión de destinos
- O9. Conocer planes estratégicos de turismo

## Contenidos:

- Tema 1. La dirección estratégica en el sector turístico
  - 1.1 La dirección estratégica como sistema de dirección empresarial
  - 1.2 Conceptos básicos de la dirección estratégica y la importancia de la estrategia
  - 1.3 La importancia de la dirección estratégica para las empresas turísticas
  - 1.4 La dirección estratégica en el ámbito de una región o destino turístico
- Tema 2. El Proceso de planificación y dirección estratégica de las empresas y destinos Turísticos
  - 2.1 El proceso de planificación y formulación estratégica: consideraciones generales
  - 2.2 El proceso de planificación estratégica para una empresa turística
  - 2.3 El proceso de planificación estratégica para un destino turístico
- Tema 3. Análisis del entorno: evolución y expectativas de la actividad turística
  - 3.1 Consideraciones generales sobre el entorno
  - 3.2 El entorno general: evolución y expectativas de la actividad turística
  - 3.3 El entorno sectorial: el atractivo de un sector turístico
  - 3.4 Métodos para el análisis del entorno turístico
- Tema 4. Análisis estratégico de las empresas y destinos turísticos
  - 4.1 Consideraciones generales sobre el análisis interno
  - 4.2 Análisis interno de las empresas turísticas
  - 4.3 Análisis interno de los destinos turísticos
- Tema 5. Formulación de estrategias en las empresas y destinos turísticos

- 5.1 Fuentes de ventaja competitiva en el sector turístico
  - 5.2 Estrategias de negocio en el sector turístico
  - 5.3 Estrategias de competencia en los destinos turísticos
  - 5.4 Estrategias corporativas para las empresas y destinos turísticos
- Tema 6. Implantación de estrategias y cuadro de mando integral
- 6.1 La implantación de las estrategias
  - 6.2 El cuadro de mando integral

## Metodología:

La metodología docente que será utilizada para la consecución de los objetivos planteados en esta asignatura, y la adecuada asimilación de contenidos y competencias, consiste en la utilización de los siguientes métodos de enseñanza-aprendizaje:

- Clase magistral.
- Resolución de problemas y casos.
- Prácticas de aula.
- Trabajos, individual o en grupo, supervisados por el profesor.
- Virtual (actividades a través de plataformas virtuales, sitios web...).
- Tutorías.

## Evaluación:

### Criterios de evaluación

-----

- C1. Identificar certeramente las consecuencias de la dirección estratégica y del diseño de la estrategia sobre el éxito de las empresas turísticas y de los destinos turísticos. (O1, O4, O5, O8, O9). Fuente de evaluación: Examen, evidencias.
- C2. Reconocer adecuadamente las tendencias en el sector turístico y sus posibles efectos sobre las empresas y destinos turísticos. (O2). Fuente de evaluación: Examen, evidencias.
- C3. Describir con ejemplos e indicadores cómo realizar un análisis estratégico de una empresa turística y de un destino turístico (O3, O7). Fuente de evaluación: Examen, evidencias.
- C4. Diseñar eficazmente un mapa estratégico y un cuadro de mando integral para empresas y destinos turísticos (O4, O5, O6, O8): Fuente de evaluación: Examen, evidencias.

Las fuentes para la evaluación del alumno consistirán en evidencias recogidas por el profesor, entre las que se incluirán el examen final escrito y la recogida de evidencias resueltas individualmente o en grupo, además de otras posibles sobre el trabajo y la actitud del alumno.

### Sistemas de evaluación

-----

- El sistema de evaluación está conformado por un examen final escrito (70% de la nota final), en el que se tratará de evaluar la asimilación de las competencias-objetivos, y por la realización de 1 trabajo en grupo, que supondrá el 30% restante.
- Este sistema de evaluación será aplicable a todas las convocatorias asociadas a este proyecto docente (ordinaria, extraordinaria y especial).
- No se mantiene la nota acumulada del curso anterior.
- En las tres convocatorias (ordinaria, extraordinaria y especial), la nota del examen supondrá el 100% de la calificación de los estudiantes que participan en programas de movilidad y que se

encuentren en la situación contemplada en el art. 51 del Reglamento de Movilidad de estudios con reconocimiento académico de la ULPGC, esto es, con alguna de las asignaturas de su acuerdo académico que no hubieran sido superadas en destino o estuvieran calificadas como no presentadas, podrán presentarse en las convocatorias extraordinaria o especial optando al 100% de la calificación (art. 26 Reglamento de Evaluación de los resultados de aprendizaje y de las competencias adquiridas por el alumnado de la ULPGC).

- Siguiendo lo indicado en los artículos 16 y 16 Bis del Reglamento de Evaluación de los resultados de aprendizaje, aquellos alumnos en 5ª, 6ª y 7ª convocatoria que hayan solicitado, por escrito, ser excluidos de la evaluación continua serán evaluados por un tribunal (art. 12.3 del Reglamento de Evaluación de los resultados de aprendizaje), debiendo suponer dicho examen el 100% de la calificación de la asignatura.

#### Criterios de calificación

1. Examen escrito: 70% de la nota final.
2. Una práctica colectiva: 30% de la nota final.

Para obtener la calificación final promediando los dos criterios anteriores es necesario haber obtenido un mínimo de 5 puntos sobre 10 en el examen teórico-práctico.

La nota acumulada durante el curso por actividades prácticas se mantendrá durante las convocatorias ordinaria, extraordinaria y especial del curso académico correspondiente.

Si el alumno no se presenta a la convocatoria oficial y ha realizado pruebas evaluables, en el acta se pondrá no presentado.

Si el estudiante aprueba la Evaluación Continua de la asignatura, la calificación alcanzada en estos trabajos prácticos tendrá una validez de dos años académicos siempre y cuando no cambie el proyecto docente en lo que a competencias adquiridas por las prácticas se refiere (art. 19 del Reglamento de Evaluación).

### **Plan de Aprendizaje (Plan de trabajo de cada estudiante)**

#### **Tareas y actividades que realizará según distintos contextos profesionales (científico, profesional, institucional, social)**

Tareas y actividades en un contexto científico:

- Búsqueda de información en Biblioteca, recursos electrónicos, revistas, periódicos...
- Elaboración de trabajos escritos con un formato académico.

Tareas y actividades en un contexto profesional:

- Realización de casos, actividades o prácticas encaminadas a identificar y dar solución a problemas profesionales en una determinada empresa o sector de actividad.
- Asunción de roles de emprendedor y director en determinados contextos y situaciones.

Tareas y actividades en un contexto institucional:

- Asunción de roles de cabeza visible de una empresa o área funcional.

Tareas y actividades en un contexto social:

- Reuniones en grupo en el aula y fuera del aula, en biblioteca, casas...
- Participación en la dinámica de participación en clase.

## **Temporalización semanal de tareas y actividades (distribución de tiempos en distintas actividades y en presencialidad - no presencialidad)**

A continuación se desglosan las actividades formativas previstas para que cada estudiante trabaje los contenidos de la materia y sus contenidos en créditos ECTS.

- Horas de teoría y problemas de grupo: 45 horas.
- Horas de práctica de aula: 15 horas.
- Horas de trabajo no presencial: 90 horas.
- Total horas: 150 horas.

Semana 1:

Tema 1: La dirección estratégica en el sector turístico.

- Horas de teoría y problemas de grupo: 3 horas.
- Horas de práctica de aula: 1 hora.
- Horas de trabajo no presencial: 6 horas.

Semana 2:

Tema 1: La dirección estratégica en el sector turístico.

- Horas de teoría y problemas de grupo: 3 horas.
- Horas de práctica de aula: 1 hora.
- Horas de trabajo no presencial: 6 horas.

Semana 3:

Tema 1: La dirección estratégica en el sector turístico.

Tema 2: El proceso de planificación y dirección estratégica de las empresas y destinos turísticos.

- Horas de teoría y problemas de grupo: 3 horas.
- Horas de práctica de aula: 1 hora.
- Horas de trabajo no presencial: 6 horas.

Semana 4:

Tema 2: El proceso de planificación y dirección estratégica de las empresas y destinos turísticos.

- Horas de teoría y problemas de grupo: 3 horas.
- Horas de práctica de aula: 1 hora.
- Horas de trabajo no presencial: 6 horas.

Semana 5:

Tema 2: El proceso de planificación y dirección estratégica de las empresas y destinos turísticos.

- Horas de teoría y problemas de grupo: 3 horas.
- Horas de práctica de aula: 1 hora.
- Horas de trabajo no presencial: 6 horas.

Semana 6:

Tema 2: El proceso de planificación y dirección estratégica de las empresas y destinos turísticos.

Tema 3: Análisis del entorno: evaluación y expectativas de la actividad turística.

- Horas de teoría y problemas de grupo: 3 horas.
- Horas de práctica de aula: 1 hora.
- Horas de trabajo no presencial: 6 horas.

Semana 7:

Tema 3: Análisis del entorno: evaluación y expectativas de la actividad turística.

- Horas de teoría y problemas de grupo: 3 horas.
- Horas de práctica de aula: 1 hora.
- Horas de trabajo no presencial: 6 horas.

Semana 8:

Tema 3: Análisis del entorno: evaluación y expectativas de la actividad turística.

- Horas de teoría y problemas de grupo: 3 horas.
- Horas de práctica de aula: 1 hora.
- Horas de trabajo no presencial: 6 horas.

Semana 9:

Tema 4: Análisis estratégico de las empresas y destinos turísticos.

- Horas de teoría y problemas de grupo: 3 horas.
- Horas de práctica de aula: 1 hora.
- Horas de trabajo no presencial: 6 horas.

Semana 10:

Tema 4: Análisis estratégico de las empresas y destinos turísticos.

- Horas de teoría y problemas de grupo: 3 horas.
- Horas de práctica de aula: 1 hora.
- Horas de trabajo no presencial: 6 horas.

Semana 11:

Tema 4: Análisis estratégico de las empresas y destinos turísticos.

Tema 5: Formulación de estrategias en las empresas y destinos turísticos.

- Horas de teoría y problemas de grupo: 3 horas.
- Horas de práctica de aula: 1 hora.
- Horas de trabajo no presencial: 6 horas.

Semana 12:

Tema 5: Formulación de estrategias en las empresas y destinos turísticos.

- Horas de teoría y problemas de grupo: 3 horas.
- Horas de práctica de aula: 1 hora.
- Horas de trabajo no presencial: 6 horas.

Semana 13:

Tema 5: Formulación de estrategias en las empresas y destinos turísticos.

- Horas de teoría y problemas de grupo: 3 horas.
- Horas de práctica de aula: 1 hora.
- Horas de trabajo no presencial: 6 horas.

Semana 14:

Tema 5: Formulación de estrategias en las empresas y destinos turísticos.

Tema 6: Implantación de estrategias y cuadro de mando integral.

- Horas de teoría y problemas de grupo: 3 horas.
- Horas de práctica de aula: 1 hora.
- Horas de trabajo no presencial: 6 horas.

Semana 15:

Tema 6: Implantación de estrategias y cuadro de mando integral.

- Horas de teoría y problemas de grupo: 3 horas.

- Horas de práctica de aula: 1 hora.
- Horas de trabajo no presencial: 6 horas.

## **Recursos que tendrá que utilizar adecuadamente en cada uno de los contextos profesionales.**

A continuación se relacionan los recursos a utilizar por los alumnos en los contextos profesionales:

- Biblioteca y hemeroteca.
- Recursos bibliográficos electrónicos disponibles en la ULPGC.
- Ordenadores e Internet, en los laboratorios informáticos de la Universidad o personales/propios del alumno.
- Softwares informáticos disponibles en los laboratorios informáticos y ordenadores de la ULPGC.
- Material proporcionado por los profesores y básico del alumno.

## **Resultados de aprendizaje que tendrá que alcanzar al finalizar las distintas tareas.**

Al final de esta asignatura se espera que el estudiante sea capaz de:

- RA1: Comprender de forma detallada la importancia de la dirección estratégica como instrumento de dirección que permite formular estrategias en función de la evolución y las expectativas de la actividad turística, así como de la situación estratégica de una determinada empresa turística o destino turístico.

Además de contribuir a las competencias nucleares (CN1, CN2, CN3, CN4, CN5), con el RA1 se pretende contribuir a las siguientes competencias: CG1, CG3, CG4, CG6, CG7, CG8, CG9, CG10, CG11, CG12, CG13, CG14, CE1, CE3, CE4, CE5, CE6, CE7, CE8, CE11, CE12, CE13, CE14, CE16, CE23, CE25.

- RA2: Diagnosticar y evaluar críticamente las prácticas de planificación y dirección estratégica en una empresa o destino turístico en sus diferentes áreas y operaciones, y el estilo de dirección dominante en la misma.

Además de contribuir a las competencias nucleares (CN1, CN2, CN3, CN4, CN5), con el RA2 se pretende contribuir a las siguientes competencias: CG1, CG3, CG5, CG6, CG7, CG8, CG9, CG10, CG11, CG12, CG13, CG14, CE1, CE3, CE5, CE6, CE7, CE11, CE12, CE13, CE16, CE20, CE23, CE25.

- RA3: Explicar los nuevos retos que deben afrontar las empresas y destinos turísticos en los próximos años y décadas, e identificar posibles tendencias.

Además de contribuir a las competencias nucleares (CN1, CN2, CN3, CN4, CN5), con el RA3 se pretende contribuir a las siguientes competencias: CG1, CG3, CG5, CG6, CG7, CG8, CG9, CG10, CG11, CG12, CG13, CG14, CE1, CE3, CE4, CE5, CE6, CE8, CE11, CE12, CE13, CE14, CE16, CE17, CE23, CE25, CE28.

- RA4: Formular una estrategia para una empresa turística o destino turístico, mediante la forma de un mapa estratégico, que conlleve la selección de métodos competitivos y acciones estratégicas, a la vez que se consideran las relaciones entre estos dos elementos, y siempre considerando el análisis DAFO de la empresa o destino.

Además de contribuir a las competencias nucleares (CN1, CN2, CN3, CN4, CN5), con el RA4 se pretende contribuir a las siguientes competencias: CG1, CG3, CG4, CG5, CG6, CG7, CG8, CG9,

CG10, CG11, CG12, CG13, CG14, CE1, CE3, CE5, CE6, CE11, CE12, CE13, CE16, CE17, CE20, CE23, CE25, CE28.

- RA 5: Evaluar la implantación de una estrategia previamente seleccionada, mediante el diseño de un sistema de indicadores o cuadro de mando integral.

Además de contribuir a las competencias nucleares (CN1, CN2, CN3, CN4, CN5), con el RA5 se pretende contribuir a las siguientes competencias: CG1, CG3, CG5, CG6, CG7, CG8, CG9, CG10, CG11, CG12, CG13, CG14, CE1, CE3, CE5, CE6, CE7, CE11, CE12, CE13, CE16, CE17, CE20, CE23, CE25.

## **Plan Tutorial**

### **Atención presencial individualizada (incluir las acciones dirigidas a estudiantes en 5ª, 6ª y 7ª convocatoria)**

La atención individualizada se realizará en los despachos del profesorado y tendrán como objetivo asesorar al estudiantado, resolverles dudas y hacer un seguimiento del aprendizaje.

Las horas de tutorías de los/las docentes, las cuales ascienden a 6 horas semanales, se indicarán al principio del curso académico en el tablón de anuncios de sus despachos y en el Campus Virtual de la asignatura.

En el caso de que por causas justificadas no se pudiera atender al estudiante en el horario establecido se comunicará con antelación.

Los estudiantes que se encuentren en 5ª, 6ª y 7ª convocatoria y hayan renunciado a la evaluación continua en los plazos establecidos al efecto, tienen derecho a un plan de acción tutorial en los términos recogidos en el Plan de Acción Tutorial de la Facultad de Economía, Empresa y Turismo disponible en la página web de la Facultad en el apartado Estudiantes”

### **Atención presencial a grupos de trabajo**

La atención presencial a grupos de trabajo se realizará con la orientación y la recogida de los trabajos y actividades realizados por el grupo.

### **Atención telefónica**

Los alumnos podrán contactar telefónicamente con el profesor, cuando éste se encuentre en su despacho; aunque las tutorías serán realizadas en el horario asignado para las mismas.

### **Atención virtual (on-line)**

El campus virtual de la ULPGC facilita la comunicación entre alumno y profesor, y será utilizado como método de enseñanza-aprendizaje.

## **Datos identificativos del profesorado que la imparte.**

## Datos identificativos del profesorado que la imparte

**Dr./Dra. Patricia Picazo Peral**

(COORDINADOR)

**Departamento:** 230 - ECONOMÍA Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS

**Ámbito:** 650 - Organización De Empresas

**Área:** 650 - Organización De Empresas

**Despacho:** ECONOMÍA Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS

**Teléfono:** 928454982 **Correo Electrónico:** patricia.picazo@ulpgc.es

**D/Dña. Juan Carlos Ramírez Fierro**

**Departamento:** 230 - ECONOMÍA Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS

**Ámbito:** 650 - Organización De Empresas

**Área:** 650 - Organización De Empresas

**Despacho:** ECONOMÍA Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS

**Teléfono:** **Correo Electrónico:** juan.ramirez@ulpgc.es

## Bibliografía

### [1 Básico] Dirección estratégica de empresas y destinos turísticos /

Diego Ramón

Medina Muñoz, Rita Dolores Medina Muñoz.

Universidad de Las Palmas de Gran Canaria, Vicerrectorado de Ordenación Académica y Espacio Europeo de Educación

Superior., [Las Palmas de Gran Canaria] : (2012)

978-84-15424-32-1

### [2 Básico] La competitividad turística de Gran Canaria: análisis y recomendaciones /

dirección Diego R. Medina Muñoz.

Universidad de Las Palmas de Gran Canaria, La Caja de Canarias,, Las Palmas de Gran Canaria : (2008)

978-84-96971-86-8

### [3 Básico] Corporate strategy for hospitality /

Tim Knowles.

Longman,, Harlow : (1996)

0582281679

### [4 Recomendado] La dirección estratégica de la empresa: teoría y aplicaciones /

Luis Ángel Guerras Martín, José Emilio Navas López.

Civitas,, Madrid : (2007) - (4ª ed.)

9788447028504

### [5 Recomendado] Strategic management in the hospitality industry /

Michael Olsen, Eliza Ching-Yick Tse, Joseph J. West.

Pearson Education,, New Jersey : (2008) - (3rd ed.)

978-0-13-119662-9

### [6 Recomendado] La cooperación entre empresas turísticas: aplicaciones empíricas a los mercados turísticos americano y europeo /

Rita Dolores Medina Muñoz, Juan Manuel García Muñoz y Diego Ramón Medina Muñoz.

Universidad de Las Palmas de Gran Canaria,, Las Palmas de Gran Canaria : (2003)

84-89728-03-8

---

**[7 Recomendado] Dirección estratégica: conceptos, técnicas y aplicaciones /**

*Robert M. Grant.*

*Civitas,, Madrid : (2006) - (5ª ed)*

8447026582