UNIVERSIDADE DA CORUÑA

Guia docente					
Datos Identificativos					2021/22
Asignatura (*)	Dirección estratégica de las organizaciones turísticas		Código		615524004
Titulación	Mestrado Universitario en Planificación e Xestión de Destinos e Produtos Turísticos(plan 2016)				
Descriptores					
Ciclo	Periodo	Curso	Tipo		Créditos
Máster Oficial	1º cuatrimestre	Primero	Obligatoria		3
Idioma					
Modalidad docente	Presencial				
Prerrequisitos					
Departamento	EconomíaEmpresa				
Coordinador/a	García Álvarez, María Teresa		Correo electrónico	teresa.galvarez@udc.es	
Profesorado	García Álvarez, María Teresa Mariz Perez, Rosa		Correo electrónico	teresa.galvarez@udc.es rosa.mariz@udc.es	
Web					
Descripción general	La materia abarca los aspectos más importantes de la Dirección Estratégica aplicados a las organizaciones del sector turístico. En primer lugar, se analizan aspectos generales de la estrategia y los factores de conducta de las personas. En segundo lugar, y teniendo en cuenta lo anterior, se estudia una de las formas organizativas más extendidas dentro del sector turístico: la franquicia A continuación se analizan y aplican los mecanismos de gobierno para ver cómo funcionan en el sector. El segundo bloque temático aborda el estudio de la estrategia (sus características, elementos, tipologías, etc), aplicándolo a organizaciones del sector. El tercer y último bloque temático se centra en el análisis y aplicación de la Teoría de los Recursos y Capacidades para estudiar los factores que permiten obtener ventajas competitivas sostenibles en este tipo de organizaciones.				

Plan de contingencia	1. Modificaciones en los contenidos No se realizarán cambios. 2. Metodologías *Metodologías docentes que se mantienen Se mantienen todas las metodologías docentes. *Metodologías docentes que se modifican No se modifica ninguna metodología docente 3. Mecanismos de atención personalizada al alumnado Correo electrónico: Diariamente. De uso para hacer consultas, solicitar encuentros virtuales para resolver dudas y hacer seguimiento de los casos prácticos. Moodle: Semanalmente. Se incorporarán materiales de distinto tipo para cursar la asignatura. Teams: Dos sesiones semanales, donde se presentarán los conceptos teóricos y se atenderán las cuestiones relacionadas con los mismos. Resto de sesiones en pequeño grupo (o más según la demanda del alumnado) para el seguimiento y apoyo en la realización de los casos prácticos de la asignatura. Esta dinámica permite hacer un seguimiento normalizado y ajustado a las necesidades de aprendizaje del alumnado para desarrollar el trabajo de la materia. 4. Modificaciones en la evaluación No se realizarán cambios *Observaciones de evaluación: En el supuesto caso de que haya que dar continuidad a la actividad académica a través de la no presencialidad, todos los alumnos matriculados en dicha modalidad, pasarán a seguir la asignatura en régimen no presencial. Para ello, se habilitarán los contenidos y sesiones previstas a través de las plataformas del Campus Virtual de la Universidad, de acuerdo en todo caso con las condiciones que las posibles Resoluciones Rectorales establezcan en cada caso. Igualmente el sistema de evaluación en este caso será no presencial, por lo que los dos casos prácticos de la materia serán no presenciales en cualquier caso. Se mantiene el mismo sistema de evaluación en la primera y segunda oportunidad. 5. Modificaciones de la bibliografía o webgrafía No se realizarán cambios. Ya dispondrán en Moodle de audios y/o vídeos, así como archivos con el material que necesita el alumnado para cursar la materia.

Competencias / Resultados del título	
Código	**Competencias / Resultados del título**
A2	CE3 - Aplicar sistemas de calidad y gestión social, medioambiental y económica
A3	CE4 - Que los alumnos aprendan las técnicas de dirección de organizaciones públicas y de empresas del sector turístico
A4	CE5 - Que los alumnos tengan conocimientos sobre la normativa que regula las actividades turísticas

A5	CE6 - Saber manejar el capital social, entendiendo el destino turístico como sistema y relacionar agentes implicados en el desarrollo del producto turístico
B1	CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación
B3	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
B8	CG3 - Desenvolverse para el ejercicio de una ciudadanía abierta, culta, crítica, comprometida, democrática y solidaria, capaz de analizar la realidad, diagnosticar problemas, formular e implantar soluciones basada en el conocimiento y orientadas al bien común
B12	CG7 - Valorar la importancia que tiene la investigación, la innovación y el desenvolvimiento tecnológico en el avance socioeconómico y cultural de la sociedad
C1	CT1 - Resolver problemas de forma efectiva
C3	CT3 - Trabajar de forma autónoma con iniciativa
C4	CT4 - Trabajar de forma colaborativa
C7	CT7 - Capacidad para el aprendizaje de nuevos métodos y teorías, que doten de una gran versatilidad para adaptarse a nuevas situaciones
C9	CT9 - Capacidad para resolver problemas con iniciativa, toma de decisiones, creatividad, razonamiento crítico y de comunicar y transmitir conocimientos habilidades y destrezas

Resultados de aprendizaje			
Resultados de aprendizaje	Competencias / Resultados del título		
Conocer técnicas de dirección		BM1 BM3	
Conocer regulaciones del sector turístico	AP3 AP4	BM1	
Conocer la incidencia del entorno turístico	AP2 AP5	BM1	
Pensamiento crítico		BM8	CM9
Aprender a trabajar en grupo			CM1 CM4
Resolver problemas y dotes de comunicación		BM13	
Comunicarse de forma adecuada			CM3
Análisis crítico		BM12	CM7 CM9

Contenidos	
Tema	Subtema
I. Análisis estratégico	1. Análisis industrial versus análisis interno 2. Teoría de los Recursos y Capacidades. Aplicación al caso de las cadenas hoteleras 3. Casos prácticos
II. Formulación de estrategias	1. Concepto de estrategia. 2. Desarrollo de la estrategia y tipología. 3. Aplicación a las organizaciones turísticas
III. Supuestos de conducta e incentivos	1. Introducción 2. Análisis de la relación contractual. Estudio del caso de las franquicias. Aplicación al sector turístico. 3. Análisis del Gobierno de la empresa. Aplicación al sector turístico

Planificación				
Metodologías / pruebas	Competencias / Resultados	Horas lectivas (presenciales y virtuales)	Horas trabajo autónomo	Horas totales
Sesión magistral	B1	18	0	18
Foro virtual	B14	7	6	13
Estudio de casos	A2 A3 A4 A5 B14 B1 B3 B8 B12 C1 C3 C4 C7 C9	10	30	40
Atención personalizada		4	0	4
(*)Los datos que aparecen en la tabla de planificación són de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de los alumnos				

Metodologías	
Metodologías	Descripción
Sesión magistral	En la modalidad presencial consiste en clases teóricas para la presentación de los contenidos de la materia. En la modalidad online se trata de diverso material teórico/práctico sobre los contenidos de la materia a disposición de los alumnos para su lectura.
Foro virtual	Participación en foros online, donde los estudiantes, tanto presenciales como online, tendrán que adoptar una visión crítica sobre temas de interés actual relacionados con la materia.
Estudio de casos	Casos prácticos en grupo que tendrán que realizar los alumnos tanto presenciales como online y que se facilitarán a lo largo del curso. Su entrega debe realizarse a través de la plataforma virtual.

Atención personalizada	
Metodologías	Descripción
Estudio de casos	Los casos prácticos requerirán que se entreguen en una fecha tope determinada. Ante cualquier duda que tengan en su elaboración tanto los alumnos presenciales como online podéis enviarnos las dudas por correo electrónico.

Evaluación			
Metodologías	Competencias / Resultados	Descripción	**Calificación**
Foro virtual	B14	Participación en foros online, sobre la temática de la asignatura, tanto para alumnos/as presenciales como online	10
Estudio de casos	A2 A3 A4 A5 B14 B1 B3 B8 B12 C1 C3 C4 C7 C9	Casos prácticos en grupo tanto para alumnos/as presenciales como online	90

Observaciones evaluación
Se tendrá en cuenta la participación en los foros virtuales, tanto para los alumnos/as presenciales como alumnos/as online (10% nota final). Tanto en el caso de alumnos/as presenciales como online, se evaluarán también dos casos prácticos cuyo contenido, fechas de entrega y demás características, vienen recogidos en el documento "Normas materia Dirección Estratégica" (90% nota final) Los casos prácticos se realizan en grupo de unos 5 miembros (los grupos para los/as alumnos/as online serán asignados por las profesoras y comunicados antes del inicio de las clases). A cada grupo le corresponderá escoger una empresa del sector turístico a analizar y deberá comunicarle a las profesoras la elección. Se mantiene el mismo sistema de evaluación en la primera oportunidad y en la segunda oportunidad.

Fuentes de información	
Básica	- Bueno Campo et al. (2006). Dirección estratégica ... Pirámide
Complementária	

Recomendaciones
Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente
Asignaturas que se recomienda cursar simultáneamente
Asignaturas que continúan el temario
Otros comentarios

(*) La Guía Docente es el documento donde se visualiza la propuesta académica de la UDC. Este documento es público y no se puede modificar, salvo cosas excepcionales bajo la revisión del órgano competente de acuerdo a la normativa vigente que establece el proceso de elaboración de guías