



## Guía Docente

Datos Identificativos					2022/23
Asignatura (*)	Dirección estratéxica das organizacións turísticas		Código	615524004	
Titulación	Mestrado Universitario en Planificación e Xestión de Destinos e Produtos Turísticos(plan 2016)				
Descritores					
Ciclo	Período	Curso	Tipo	Créditos	
Mestrado Oficial	1º cuatrimestre	Primeiro	Obrigatoria	3	
Idioma	Castelán				
Modalidade docente	Presencial				
Prerrequisitos					
Departamento	EconomíaEmpresa				
Coordinación	Mariz Perez, Rosa	Correo electrónico	rosa.mariz@udc.es		
Profesorado	García Álvarez, María Teresa Mariz Perez, Rosa Rodrigues Soares, Jakson Renner	Correo electrónico	teresa.galvarez@udc.es rosa.mariz@udc.es jakson.soares@udc.gal		
Web					
Descrición xeral	<p>A materia abarca os aspectos máis importantes da Dirección Estratéxica aplicados ás organizacións do sector turístico. O primeiro bloque temático céntrase na análise e aplicación da Teoría dos Recursos e Capacidades para estudar os factores que permiten obter vantaxes competitivas sustentables neste tipo de organizacións.</p> <p>O segundo bloque temático aborda o estudo da estratexia (as súas características, elementos, tipoloxías, etc), aplicándoo a organizacións do sector.</p> <p>Finalmente, no terceiro bloque temático, estúdanse os supostos de conduta e incentivos. Neste bloque temático, analízase unha das formas organizativas máis estendidas dentro do sector turístico: a franquía. Así mesmo, analízanse e aplican os mecanismos de goberno para ver como funcionan no sector.</p>				

## Competencias / Resultados do título

Código	Competencias / Resultados do título
A2	CE3 - Aplicar sistemas de calidade e xestión social, ambiental e económica
A3	CE4 - Que os alumnos aprendan as técnicas de dirección de organizacións públicas e de empresas do sector turístico
A4	CE5 - Que os alumnos teñan coñecementos sobre a normativa que regula as actividades turísticas
A5	CE6 - Saber manexar o capital social, entendendo o destino turístico como sistema e relacionar axentes implicados no desenvolvemento do produto turístico
B1	CB6 - Posuír e comprender coñecementos que acheguen unha base ou oportunidade de ser orixinais no desenvolvemento e/ou aplicación de ideas, a miúdo nun contexto de investigación
B3	CB8 - Que os estudantes sexan capaces de integrar coñecementos e enfrontarse á complexidade de formular xuízos a partir dunha información que, sendo incompleta ou limitada, inclúa reflexións sobre as responsabilidades sociais e éticas vinculadas á aplicación dos seus coñecementos e xuízos
B8	CG3 - Desenvolverse para o exercicio dunha cidadanía aberta, culta, crítica, comprometida, democrática e solidaria, capaz de analizar a realidade, diagnosticar problemas, formular e implantar solucións baseada no coñecemento e orientadas ao ben común
B12	CG7 - Valorar a importancia que ten a investigación, a innovación e o desenvolvemento tecnolóxico no avance socioeconómico e cultural da sociedade
C1	CT1 - Resolver problemas de forma efectiva
C3	CT3 - Trabajar de forma autónoma con iniciativa
C4	CT4 - Traballar de forma colaborativa
C7	CT7 - Capacidade para a aprendizaxe de novos métodos e teorías, que doten dunha gran versatilidade para adaptarse a novas situacións
C9	CT9 - Capacidade para resolver problemas con iniciativa, toma de decisións, creatividade, razonamiento crítico e de comunicar e transmitir coñecementos habilidades e destrezas

## Resultados da aprendizaxe



Resultados de aprendizaxe	Competencias / Resultados do título		
			BM1 BM3
	AP3 AP4	BM1	
	AP2 AP5	BM1	
		BM8	CM9
			CM1 CM4
		BM13	
			CM3
		BM12	CM7 CM9

Contidos	
Temas	Subtemas
I. Análise estratéxica	1. Análise industrial versus análise interna. 2. Teoría dos Recursos e Capacidades. Aplicación ao caso das cadeas hostaleiras 3. Casos prácticos
II. Formulación de Estratexias	1. Concepto de estratexia 2. Desenvolvemento de estratexia e tipoloxía 3. Aplicación ás organizacións turísticas
III Supostos de conducta e incentivos	1. Introducción. 2. Análise da relación contractual. Estudo do caso das franquías. Aplicación ao sector turístico. 3. Análise do Goberno da empresa. Aplicación ao sector turístico

Planificación				
Metodoloxías / probas	Competencias / Resultados	Horas lectivas (presenciais e virtuais)	Horas traballo autónomo	Horas totais
Sesión maxistral	B1	18	0	18
Foro virtual	B14	7	6	13
Estudo de casos	A2 A3 A4 A5 B14 B1 B3 B8 B12 C1 C3 C4 C7 C9	10	30	40
Atención personalizada		4	0	4

\*Os datos que aparecen na táboa de planificación son de carácter orientativo, considerando a heteroxeneidade do alumnado

Metodoloxías	
Metodoloxías	Descrición
Sesión maxistral	No modo presencial consta de clases teóricas para a presentación dos contidos da materia. Na modalidade online trátase de diferentes materiais teóricos / prácticos sobre os contidos de a materia, ao dispor dos/as alumnos/as para a súa lectura
Foro virtual	Participación en foros online, onde os estudantes, tanto presenciais como online, terán que adoptar unha visión crítica sobre temas de interese actual relacionados coa materia.



Estudo de casos	Casos prácticos en grupo que terán que realizar os alumnos tanto presenciais como online e que se facilitarán ao longo do curso. A súa entrega debe realizarse a través da plataforma virtual Moodle.
-----------------	---

### Atención personalizada

Metodoloxías	Descrición
Estudo de casos	Os casos prácticos requirirán que se entreguen nunha data tope determinada. Ante calquera dúbida que teñan os alumnos presenciais e online na súa elaboración poden enviarnos as dúbidas por correo electrónico.

### Avaliación

Metodoloxías	Competencias / Resultados	Descrición	Cualificación
Foro virtual	B14	Participación en foros online, sobre a temática da materia, tanto para alumnos/as presenciais como online	10
Estudo de casos	A2 A3 A4 A5 B14 B1 B3 B8 B12 C1 C3 C4 C7 C9	Casos prácticos en grupo tanto para alumnos/as presenciais como online	90

### Observacións avaliación

Terase en conta a participación nos foros virtuais, tanto para os alumnos/ as presenciais como alumnos/ as online (10% nota final).

Tanto no caso de alumnos/ as presenciais como online, avaliaranse tamén dous casos prácticos cuxo contido, datas de entrega e demais características, veñen recollidos no documento "Normas materia Dirección Estratéxica" (90% nota final)

Os casos prácticos realízanse en grupo duns 5 membros (os grupos para os/ as alumnos/ as online serán asignados polas profesoras e comunicados antes do inicio das clases). A cada grupo corresponderalle escoller unha empresa do sector turístico a analizar e deberá comunicarlle ás profesoras a elección.

Mantense o mesmo sistema de avaliación na primeira oportunidade e na segunda oportunidade.

A realización fraudulenta das probas ou actividades de avaliación, unha vez comprobada, implicará directamente a cualificación de suspenso "0" na materia na convocatoria correspondente, invalidando así calquera cualificación obtida en todas as actividades de avaliación de cara a convocatoria extraordinaria".

o ?Alumnado con recoñecemento de dedicación a tempo parcial e dispensa académica de exención de asistencia? será evaluado do mesmo xeito.

### Fontes de información

<b>Bibliografía básica</b>	- Bueno Campo et al. (2006). Dirección estratéxica ... Pirámide Los artículos de lectura obligatoria son: ? Eisenhardt, K (1989): ?Agency Theory: An Assessment And Review?, Academy of Management. The Academy of Management Review; Jan 14, 1; p. 57. ? Galbreath, J. (2005): ?Which resources matter the most to firm success? A exploratory study of resource-based firm?, Technovation, 25, p. 979-987
<b>Bibliografía complementaria</b>	

### Recomendacións

**Materias que se recomenda ter cursado previamente**

**Materias que se recomenda cursar simultaneamente**

**Materias que continúan o temario**



Observacións

(\*A Guía docente é o documento onde se visualiza a proposta académica da UDC. Este documento é público e non se pode modificar, salvo casos excepcionais baixo a revisión do órgano competente dacordo coa normativa vixente que establece o proceso de elaboración de guías