



Guía docente				
Datos Identificativos				2022/23
Asignatura (*)	Dirección estratégica de las organizaciones turísticas	Código	615524004	
Titulación	Mestrado Universitario en Planificación e Xestión de Destinos e Produtos Turísticos(plan 2016)			
Descriptorios				
Ciclo	Periodo	Curso	Tipo	Créditos
Máster Oficial	1º cuatrimestre	Primero	Obligatoria	3
Idioma	Castellano			
Modalidad docente	Presencial			
Prerrequisitos				
Departamento	EconomíaEmpresa			
Coordinador/a	Mariz Perez, Rosa	Correo electrónico	rosa.mariz@udc.es	
Profesorado	García Álvarez, María Teresa	Correo electrónico	teresa.galvarez@udc.es	
	Mariz Perez, Rosa		rosa.mariz@udc.es	
	Rodrigues Soares, Jakson Renner		jakson.soares@udc.gal	
Web				
Descripción general	<p>La materia abarca los aspectos más importantes de la Dirección Estratégica aplicados a las organizaciones del sector turístico.</p> <p>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</p> <p>A continuación se analizan y aplican los mecanismos de gobierno para ver cómo funcionan en el sector.</p> <p>El segundo bloque temático aborda el estudio de la estrategia (sus características, elementos, tipologías, etc), aplicándolo a organizaciones del sector.</p> <p>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.</p>			

Competencias del título	
Código	Competencias 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 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	Horas presenciales	Horas no presenciales / 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	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.

La realización fraudulenta de las pruebas o actividades de evaluación, una vez comprobada, implicará directamente la calificación de suspenso "0" en la materia en la convocatoria correspondiente, invalidando así cualquier cualificación obtenida en todas las actividades de evaluación de cara a la convocatoria extraordinaria".

El alumnado con reconocimiento de dedicación a tempo parcial y dispensa académica de exención de asistencia? será evaluado del mismo modo.

Fuentes de información

Básica	- Bueno Campo et al. (2006). Dirección estratégica ... 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
Complementaria	

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