



Teaching Guide				
Identifying Data				2022/23
Subject (*)	Strategic Tourism Business Management		Code	662G01042
Study programme	Grao en Turismo			
Descriptors				
Cycle	Period	Year	Type	Credits
Graduate	1st four-month period	Fourth	Optional	6
Language	Galician			
Teaching method	Face-to-face			
Prerequisites				
Department	Empresa			
Coordinador	Rodrigues Soares, Jakson Renner	E-mail	jakson.soares@udc.gal	
Lecturers	Rodrigues Soares, Jakson Renner	E-mail	jakson.soares@udc.gal	
Web				
General description	Formar profesionais competentes na Dirección Estratéxica das organizacións Turísticas co obxecto que coñezan a fondo o seu ámbito funcional e consecuentemente poidan definir obxectivos, formular e executar estratexias, aplicar e resolver situacións con criterios técnicos, e tomar decisións no seu ámbito competencial para poder desenvolverlas en empresas turísticas.			

Study programme competences / results	
Code	Study programme competences / results
A1	Comprender os principios do turismo: a súa dimensión espacial, social, cultural, política, laboral e económica.
A2	Analizar a dimensión económica do turismo.
A3	Comprender o carácter dinámico e evolutivo do turismo e da nova sociedade do lecer.
A4	Coñecer as principais estruturas político-administrativas turísticas.
A5	Converter un problema empírico nun obxecto de investigación e elaborar conclusións.
A6	Ter unha marcada orientación de servizo ao cliente.
A7	Recoñecer os principais axentes turísticos.
A8	Avaliar os potenciais turísticos e a análise prospectivo da súa explotación.
A9	Analizar, sintetizar e resumir criticamente a información económico-patrimonial das organizacións turísticas.
A10	Xestionar os recursos financeiros.
A11	Definir obxectivos, estratexias e políticas comerciais.
A12	Dirixir e xestionar (management) os distintos tipos de entidades turísticas.
A13	Manexar técnicas de comunicación.
A14	Comprender o marco legal que regula as actividades turísticas.
A18	Identificar e xestionar espazos e destinos turísticos.
A23	Analizar os impactos xerados polo turismo.
A28	Coñecer os obxectivos, a estratexia e os instrumentos públicos da planificación.
A33	Creatividade.
A34	Iniciativa e espírito emprendedor.
A35	Motivación por calidade.
B1	Capacidade de análise e síntese.
B2	Comunicación oral e escrita en lingua nativa.
B3	Resolución de problemas.
B4	Razoamento crítico.
B5	Compromiso ético.
B6	Aprendizaxe autónoma.
B7	Adaptación a novas situacións.
C1	Expresarse correctamente, tanto de forma oral coma escrita, nas linguas oficiais da comunidade autónoma.
C2	Dominar a expresión e a comprensión de forma oral e escrita dun idioma estranxeiro.



C3	Utilizar as ferramentas básicas das tecnoloxías da información e as comunicacións (TIC) necesarias para o exercicio da súa profesión e para a aprendizaxe ao longo da súa vida.
C4	Desenvolverse para o exercicio dunha cidadanía aberta, culta, crítica, comprometida, democrática e solidaria, capaz de analizar a realidade, diagnosticar problemas, formular e implantar solucións baseadas no coñecemento e orientadas ao ben común.
C5	Entender a importancia da cultura emprendedora e coñecer os medios ao alcance das persoas emprendedoras.
C6	Valorar criticamente o coñecemento, a tecnoloxía e a información dispoñible para resolver os problemas cos que deben enfrontarse.
C7	Asumir como profesional e cidadán a importancia da aprendizaxe ao longo da vida.
C8	Valorar a importancia que ten a investigación, a innovación e o desenvolvemento tecnolóxico no avance socioeconómico e cultural da sociedade.

Learning outcomes			
Learning outcomes	Study programme competences / results		
Comprender e aplicar conceptos e ferramentas básicas de dirección estratéxica para o funcionamento das empresas do turismo e ocio	A1	B1	C1
	A2	B2	C2
	A3	B3	C3
	A4	B4	C4
	A5	B5	C5
	A6	B6	C6
	A7	B7	C7
	A8		C8
	A9		
	A10		
	A11		
	A12		
	A13		
	A14		
	A28		
A33			
A35			
Capacidade de planificación	A1	B1	C1
	A2	B2	C2
	A3	B3	C3
	A4	B4	C4
	A5	B5	C5
	A6	B6	C6
	A7	B7	C7
	A8		C8
	A10		
	A11		
	A12		
	A13		
	A14		
	A18		
	A23		
	A28		
	A33		
	A34		
A35			



Comprender o entorno turístico	A1	B1	C1
	A2	B2	C2
	A3	B3	C3
	A4	B4	C4
	A5	B5	C5
	A6	B6	C6
	A7	B7	C7
	A9		C8
	A10		
	A11		
	A12		
	A13		
	A14		
	A18		
	A23		
A28			
A35			
Capacidade de traballo en equipo	A1	B1	C1
	A2	B2	C2
	A5	B3	C3
	A6	B4	C4
	A9	B5	C5
	A10	B6	C6
	A11	B7	C7
	A12		C8
	A13		
	A28		
	A33		
	A34		
	A35		

Contents	
Topic	Sub-topic
1 - Concepto de Estratexia	1.1 - Introducción 1.2 - Orixes da estratexia 1.3 - Concepto de estratexia na empresa turística
2 - Concepto da dirección estratéxica	2.1 - Introducción 2.2 - Natureza da dirección estratéxica 2.3 - Niveis da estratexia na empresa turística 2.4 - Fases da dirección estratéxica
3 - Análise da contorna da empresa turística	3.1 - Introducción 3.2 - Natureza da contorna 3.3 - Ferramentas do contorna
4 - Estratexias xenéricas e vantaxes competitivas na empresa turística	4.1 - Introducción 4.2 - Concepto, creación e mantemento das vantaxes competitivas 4.3 - Estratexias de liderado en custos 4.4 - Estratexias de diferenciación 4.5 - Estratexias de focalización



5 - Estratexias de crecemento na empresa turística	5.1 - Introducción 5.2 - Expansión e diversificación 5.3 - Estratexias de consolidación 5.4 - Estratexias de desenvolvemento de produtos/servizos 5.5 - Estratexias de desenvolvemento de mercados 5.6 - Estratexias de diversificación
6 - Formulación estratéxica	6.1 - Introducción 6.2 - Formulación 6.3 - Retos e alternativas estratéxicas 6.4 - A priorización e selección da estratexia
7 - Planificación e implementación	7.1 - Introducción 7.2 - A planificación e a implementación no proceso de dirección estratéxica 7.3 - A planificación da estratexia e a xestión do cambio
8 - Proceso de control estratéxico	8.1 - Introducción 8.2 - Seguimento e control 8.3 - Indicadores

Planning				
Methodologies / tests	Competencies / Results	Teaching hours (in-person & virtual)	Student?s personal work hours	Total hours
Case study	A1 A2 A5 A6 A9 A10 A11 A12 A13 A35 B1 B2 B3 B5 B6 B7 C1 C2 C3 C4 C5 C6 C7 C8	12	24	36
Supervised projects	A2 A3 A4 A5 A6 A9 A10 A11 A12 A13 A14 A18 B1 B2 B3 B4 B5 B6 B7 C1 C2 C3 C4 C5 C6 C7 C8	4	15	19
Mixed objective/subjective test	A2 A3 A4 A5 A6 A7 A8 A9 A10 A11 A12 A13 B1 B2 B3 B4 B5 B6 B7 C1 C2 C3 C4 C5 C6 C7 C8	4	10	14
Seminar	A1 A2 A3 A4 A5 A6 A9 A10 A11 A12 A13 A23 A28 A33 A34 B1 B2 B3 B4 B5 B6 B7 C1 C2 C3 C4 C5 C6 C7	12	48	60
Guest lecture / keynote speech	A2 A3 A4 A5 A6 A9 A10 A11 A12 A13 B1 B2 B3 B4 B5 B6 B7 C1 C2 C3 C4 C5 C6 C7 C8	10	10	20
Personalized attention		1	0	1

(*)The information in the planning table is for guidance only and does not take into account the heterogeneity of the students.

Methodologies



Methodologies	Description
Case study	Realizaranse ao longo do curso distintos casos, para comprender o visto nas clases maxistras dunha forma práctica
Supervised projects	Nas titorías planificarase o traballo que debe presentar o alumnado a final de curso. Nesa etapa traballarase coa metodoloxía COIL para intercambio online entre o alumnado da materia con alumnado de outras universidades.
Mixed objective/subjective test	Realizarase unha proba final, de tipo teórico, que será unha parte importante da nota final do alumnado
Seminar	Nos seminarios formularanse diversos casos e a solución que o alumnado crea máis conveniente. Intentarase buscar algunha empresa do sector para que veña a contar a súa experiencia.
Guest lecture / keynote speech	Ao longo da sesións maxistras, achegaráse ao alumnado os coñecementos suficientes para comprender a importancia da Dirección Estratéxica na empresa turística.

Personalized attention

Methodologies	Description
Supervised projects Guest lecture / keynote speech Case study Mixed objective/subjective test Seminar	A atención personalizada que se describe en relación a estas metodoloxías concíbese como momentos de traballo directo co profesor, polo que implican unha participación obrigatoria para o alumnado. O xeito e o momento no que se desenvolverá será indicado en relación a cada actividade, ao longo do curso, segundo o plan de traballo da materia.

Assessment

Methodologies	Competencies / Results	Description	Qualification
Supervised projects	A2 A3 A4 A5 A6 A9 A10 A11 A12 A13 A14 A18 B1 B2 B3 B4 B5 B6 B7 C1 C2 C3 C4 C5 C6 C7 C8	Traballo que o alumnado desenvolverá ao longo do cuadrimestre e que presentará a final de curso.	30
Guest lecture / keynote speech	A2 A3 A4 A5 A6 A9 A10 A11 A12 A13 B1 B2 B3 B4 B5 B6 B7 C1 C2 C3 C4 C5 C6 C7 C8	Asistencia a clase para poder obter os coñecementos suficientes.	5
Case study	A1 A2 A5 A6 A9 A10 A11 A12 A13 A35 B1 B2 B3 B5 B6 B7 C1 C2 C3 C4 C5 C6 C7 C8	Formularanse casos prácticos ao longo do cuadrimestre que o alumnado debe resolver.	10
Mixed objective/subjective test	A2 A3 A4 A5 A6 A7 A8 A9 A10 A11 A12 A13 B1 B2 B3 B4 B5 B6 B7 C1 C2 C3 C4 C5 C6 C7 C8	Proba escrita obrigatoria para poder aprobar a materia.	50



Seminar	A1 A2 A3 A4 A5 A6 A9 A10 A11 A12 A13 A23 A28 A33 A34 B1 B2 B3 B4 B5 B6 B7 C1 C2 C3 C4 C5 C6 C7	Asistencia obrigatoria para poder analizar e valorar os casos prácticos desenvolvidos.	5
---------	---	--	---

Assessment comments

Nota Final da Material: Sumatorio de todas as puntuacións.

Observación de Primeira oportunidade: é necesario aprobar a Proba mixta con 50% da valoración total desta parte para superar a materia.

En Segunda oportunidade, gardarase a nota obtida nos estudos de caso, seminarios, sesións maxistras e traballos tutelados realizados polo alumnado ao longo do cuatrimestre. A esta nota sumárase a nota obtida na proba mixta de segunda oportunidade, que versará sobre aspectos teóricos e prácticos, correspondentes aos temas desenvolvidos ao longo do curso.

O alumnado con recoñecemento de dedicación a tempo parcial e dispensa académica de exención de asistencia será avaliado unicamente coa Proba mixta, que suporá o 100% da calificación. A proba terá o mesmo contido que para o alumnado con dedicación a tempo completo.

O alumnado que non se presente a Proba mixta, aínda que teña participado activamente das outras actividades, será calificado como NON PRESENTADO.

The subject may be adapted to students who need the adoption of measures aimed at supporting diversity (physical, visual, auditory, cognitive, learning or related to mental health). If applicable, they must contact the services available at the UDC / Center: within the official deadlines stipulated prior to each academic term, with the Diversity Attention Unit (<https://www.udc.es/cufie/ADI/apoioalumnado/>); failing that, with the ADI tutor from the Faculty of Tourism.

Sources of information

Basic	<ul style="list-style-type: none">- Alonso almeida, Mª Mar (2009). Dirección estratéxica en el sector turístico. síntesis- Garrigós Simón, Fernando José · Cruz Ros, Sonia · Narangajavana Kaosiri, Yeamduan (2017). Dirección estratéxica de empresas turísticas (e-book). Síntesis- Rivas García, Jesús (2007). Dirección de empresas tursísticas. Septem- Guerras Martín, L.A (2007). La dirección estratéxica de la empresa. Thompson-Civitas
Complementary	

Recommendations

Subjects that it is recommended to have taken before

Tourism Research Methods and Techniques/662G01024

Tourist Product Commercialisation/662G01031

Creating and Managing Tourism Companies/662G01041

Subjects that are recommended to be taken simultaneously

Subjects that continue the syllabus

Other comments

Recoméndase ao alumnado traballar de xeito continuado nos contidos da materia ao longo de todo o curso. Tamén se recomenda que manteña unha comunicación aberta co profesor a través das titorías persoais. Recoméndase que antes de cada clase teórica o alumnado lea e prepare o tema que será presentado, empregando o manual básico da materia. Finalmente, é recomendable que o alumnado utilice o horario establecido de titoría para realizar consultas e esclarecer dúbidas da materia.

(*)The teaching guide is the document in which the URV publishes the information about all its courses. It is a public document and cannot be modified. Only in exceptional cases can it be revised by the competent agent or duly revised so that it is in line with current legislation.