



Guia docente				
Datos Identificativos				2020/21
Asignatura (*)	Dirección Estratégica de Empresas Turísticas		Código	662G01042
Titulación	Grao en Turismo			
Descriptores				
Ciclo	Periodo	Curso	Tipo	Créditos
Grado	1º cuatrimestre	Cuarto	Optativa	6
Idioma	Gallego			
Modalidad docente	Presencial			
Prerrequisitos				
Departamento				
Coordinador/a	Rodrigues Soares, Jakson Renner	Correo electrónico	jakson.soares@udc.gal	
Profesorado	Rodrigues Soares, Jakson Renner	Correo electrónico	jakson.soares@udc.gal	
Web				
Descripción general	Formar profesionales competentes en la Dirección Estratégica de las organizaciones Turísticas con el objeto que conozcan a fondo el su ámbito funcional y consecuentemente puedan definir objetivos, formular y ejecutar estrategias, aplicar y resolver situaciones con criterios técnicos, y tomar decisiones en su ámbito competencial para poder desarrollarlas en empresas turísticas.			
Plan de contingencia	En el caso de que se produzcan decreten los escenarios 2 ó 3, la metodología de enseñanza y el sistema de evaluación se adaptarán conforme a lo detallado en los apartados de ?metodología de la enseñanza? y de ?sistema de evaluación?. Las principales modificaciones respecto al escenario 1 son: Escenario 2: distanciamiento Metodología de la enseñanza: Clases expositivas y tutorías preferentemente no presenciales, mediante el aula virtual y ?Microsoft Teams? y clases interactivas preferentemente presenciales. Sistema de evaluación: Las tareas y pruebas para la evaluación continua serán entregados por medios telemáticos y las presentaciones y el examen final serán presenciales o telemáticos de acuerdo con las normas que establezca el Rectorado y el Decanato y con las medidas sanitarias establecidas en ese momento. Escenario 3: cierre de las instalaciones Metodología de la enseñanza: Clases expositivas e interactivas telemáticas a través del aula virtual y de ?Microsoft Teams?. Tutorías telemáticas. Sistema de evaluación: Tareas y exámenes a través del aula virtual; presentaciones a través de ?Microsoft Teams?.			

Competencias del título	
Código	Competencias del título
A1	Comprender los principios del turismo: su dimensión espacial, social, cultural, política, laboral y económica.
A2	Analizar la dimensión económica del turismo.
A3	Comprender el carácter dinámico y evolutivo del turismo y de la nueva sociedad del ocio.
A4	Conocer las principales estructuras político-administrativas turísticas.
A5	Convertir un problema empírico en un objeto de investigación y elaborar conclusiones.
A6	Tener una marcada orientación de servicio al cliente.
A7	Reconocer los principales agentes turísticos.
A8	Evaluar los potenciales turísticos y el análisis prospectivo de su explotación.
A9	Analizar, sintetizar y resumir críticamente la información económico-patrimonial de las organizaciones turísticas.
A10	Gestionar los recursos financieros.
A11	Definir objetivos, estrategias y políticas comerciales.



A12	Dirigir y gestionar (management) los distintos tipos de entidades turísticas.
A13	Manejar técnicas de comunicación.
A14	Comprender el marco legal que regula las actividades turísticas.
A18	Identificar y gestionar espacios y destinos turísticos.
A23	Analizar los impactos generados por el turismo.
A28	Conocer los objetivos, la estrategia y los instrumentos públicos de la planificación.
A33	Creatividad.
A34	Iniciativa y espíritu emprendedor.
A35	Motivación por calidad.
B1	Capacidad de análisis y síntesis.
B2	Comunicación oral y escrita en lengua nativa.
B3	Resolución de problemas.
B4	Razonamiento crítico.
B5	Compromiso ético.
B6	Aprendizaje autónomo.
B7	Adaptación a nuevas situaciones.
C1	Expresarse correctamente, tanto de forma oral como escrita, en las lenguas oficiales de la comunidad autónoma.
C2	Dominar la expresión y la comprensión de forma oral y escrita de un idioma extranjero.
C3	Utilizar las herramientas básicas de las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) necesarias para el ejercicio de su profesión y para el aprendizaje a lo largo de su vida.
C4	Desarrollarse para el ejercicio de una ciudadanía abierta, culta, crítica, comprometida, democrática y solidaria, capaz de analizar la realidad, diagnosticar problemas, formular e implantar soluciones basadas en el conocimiento y orientadas al bien común.
C5	Entender la importancia de la cultura emprendedora y conocer los medios al alcance de las personas emprendedoras.
C6	Valorar críticamente el conocimiento, la tecnología y la información disponible para resolver los problemas con los que deben enfrentarse.
C7	Asumir como profesional y ciudadano la importancia del aprendizaje a lo largo de la vida.
C8	Valorar la importancia que tiene la investigación, la innovación y el desarrollo tecnológico en el avance socioeconómico y cultural de la sociedad.

Resultados de aprendizaje			
Resultados de aprendizaje		Competencias del título	
Comprender y aplicar conceptos y herramientas básicas de dirección estratégica para el funcionamiento de las empresas del turismo y ocio	A1	B1	C1
	A2	B2	C2
	A3	B3	C3
	A4	B4	C4
	A5	B5	C5
	A6	B6	C6
	A9	B7	C7
	A10		C8
	A11		
	A12		
	A13		
	A14		
	A28		



Capacidad de planificación	A1	B1	C1
	A2	B2	C2
	A3	B3	C3
	A4	B4	C4
	A5	B5	C5
	A6	B6	C6
	A8	B7	C7
	A10		C8
	A11		
	A12		
	A13		
	A14		
	A18		
	A23		
	A28		
	A33		
	A34		
	A35		
Comprender el 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		
	A18		
	A23		
	A28		
Capacidad de trabajo 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		
	A33		
	A34		
	A35		

Contenidos	
Tema	Subtema



1 - Concepto de Estrategia	1.1 - Introducción 1.2 - Orígenes de la estrategia 1.3 - Concepto de estrategia en la empresa turística
2 - Concepto de la dirección estratégica	2.1 - Introducción 2.2 - Naturaleza de la dirección estratégica 2.3 - Niveles de la estrategia en la empresa turística 2.4 - Fases de la dirección estratégica
3 - Análisis del entorno de la empresa turística	3.1 - Introducción 3.2 - Naturaleza del entorno 3.3 - Herramientas del entorno
4 - Estrategias genéricas y ventajas competitivas en la empresa turística	4.1 - Introducción 4.2 - Concepto, creación y mantenimiento de ventajas competitivas 4.3 - Estrategias de liderazgo en costes 4.4 - Estrategias de diferenciación 4.5 - Estrategias de focalización
5 - Estrategias de crecimiento en la empresa turística	5.1 - Introducción 5.2 - Expansión y diversificación 5.3 - Estrategias de consolidación 5.4 - Estrategias de desarrollo de productos/servicios 5.5 - Estrategias de desarrollo de mercados 5.6 - Estrategias de diversificación
6 - Formulación estratégica	6.1 - Introducción 6.2 - Formulación 6.3 - Retos y alternativas estratégicas 6.4 - La priorización y selección de la estrategia
7 - Planificación e implementación	7.1 - Introducción 7.2 - La planificación y la implementación en el proceso de dirección estratégica 7.3 - La planificación de la estrategia y la gestión del cambio
8 - Proceso de control estratégico	8.1 - Introducción 8.2 - Seguimiento y control 8.3 - Indicadores

Planificación				
Metodologías / pruebas	Competencias	Horas presenciales	Horas no presenciales / trabajo autónomo	Horas totales
Estudio de casos	A1 A2 A5 A6 A9 A10 A11 A12 A13 A35 B1 B2 B3 B5 B6 B7 C1 C2 C3 C4 C5 C6 C7 C8	4	12	16
Trabajos tutelados	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	12	16



Prueba mixta	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	2	20	22
Seminario	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	20	52	72
Sesión magistral	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	23	0	23
Atención personalizada		1	0	1
(*)Los datos que aparecen en la tabla de planificación són de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de los alumnos				

Metodologías	
Metodologías	Descripción
Estudio de casos	Se realizarán a lo largo del curso distintos casos, para comprender lo visto en las clases magistrales de una forma práctica
Trabajos tutelados	En las tutorías se planificará el trabajo que deben presentar los alumnos a final de curso
Prueba mixta	Se realizará un examene final, de tipo teorico, que será una parte importante de la nota final del alumno
Seminario	En los seminarios se plantearan diversos casos y la solución que los alumnos crean más conveniente. Se intentará buscar a alguna empresa del sector para que venga a contar su experiencia.
Sesión magistral	A lo largo de la sesiones magistrales, se le aportará a los alumnos los conocimientos suficientes para comprender la importancia de la Dirección Estratégica en la empresa turística.

Atención personalizada	
Metodologías	Descripción
Trabajos tutelados Sesión magistral Estudio de casos Prueba mixta Seminario	La atención personalizada será la presencia del alumnado directamnete con el profesor. Está presencia tiene caracter obligatorio. La forma y el momento en que se desarrollen las distintas metodologías, se indicará a lo largo del curso, según el plan de trabajo de la asignatura. Sesión Magistral: Clases magistrales de los aspectos más importantes de cada tema y resolución de dudas que hayan podido surgir al preparar el tema. Estudio de casos: Realización de casos prácticos que estén de actualidad. El profesor propondrá un tema, que el alumnado deben buscar información, y se plantearán en clase las distintas posiciones y soluciones Trabajos tutelados: Realización y exposición de trabajos por parte del alumnado. Los trabajos se haran de forma individual o grupal.



Evaluación			
Metodologías	Competencias	Descripción	Calificación
Trabajos tutelados	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	Trabajo que el alumno desarrollará a lo largo del cuatrimestre y que presentará a final de curso.	30
Sesión magistral	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 obtener los conocimientos suficientes	5
Estudio de casos	A1 A2 A5 A6 A9 A10 A11 A12 A13 A35 B1 B2 B3 B5 B6 B7 C1 C2 C3 C4 C5 C6 C7 C8	Se planterán casos prácticos a lo largo del cuatrimestre que el alumno debe resolver.	10
Prueba mixta	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	examen escrito obligatorio para poder aprobar la asignatura	50
Seminario	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 obligatoria para poder analizar y valorar los casos prácticos desarrollados	5

Observaciones evaluación
La evaluación de esta asignatura consta de 3 partes: a) Asistencia a clase. Igual o superior a un 85%. Se evaluará con un 20% b) Trabajo tutelado individual o en grupo. Se evaluará sobre un 40%. c) Examen final, tipo test y preguntas a desarrollar. Se evaluará sobre un 40%. Para aprobar la asignatura se debe aprobar el trabajo y el examen. Aquel alumnado que no tenga la puntuación de asistencia, o no elabore el trabajo, no podrá presentarse al examen. En este caso tendría que ir a la convocatoria de Julio con toda la materia. En el caso del alumnado con reconocimiento de dedicación a tiempo parcial, se le evaluará por un único examen a final de cuatrimestre, quedando exento de los trabajos y actividades desarrolladas durante el curso.

Fuentes de información	
Básica	- Alonso almeida, M^a Mar (2009). Dirección estratégica en el sector turístico. síntesis - Rivas García, Jesús (2007). Dirección de empresas turísticas. Septem - Guerras Martín, L.A (2007). La dirección estratégica de la empresa. Thompson-Civitas
Complementaria	

Recomendaciones
Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente



Métodos y Técnicas de Investigación en Turismo/662G01024

Comercialización de Productos Turísticos/662G01031

Creación y Gestión de Empresas Turísticas/662G01041

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