



DATOS IDENTIFICATIVOS				2018/19	
Asignatura	Dirección Estratégica de Empresas Turísticas			Código	662G01042
Titulación	Grao en Turismo				
Descriptor	Ciclo	Periodo	Curso	Tipo	Créditos
	Grado	1º cuatrimestre	Cuarto	Optativa	6
Idioma	Castellano				
Prerrequisitos					
Departamento					
Coordinador/a	Fernández Fernández, Javier	Correo electrónico		javierfernandez@udc.es	
Profesorado			Correo electrónico		
Web	<a href="http://">http://</a>				
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.				

COMPETENCIAS DEL TÍTULO	
Código	Competencias del título: Específicas
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.

Código	Competencias del título: Básicas / Generales
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.

Código	Competencias del título: Transversales / Nucleares
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
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	A Horas presenciales	B Horas no presenciales / trabajo autónomo	C (A+B) 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	23	0	23

A11 A12  
 A13 B1 B2  
 B3 B4 B5 B6  
 B7 C1 C2 C3  
 C4 C5 C6 C7  
 C8

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 creen 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
Estudio de casos	La atención personalizada será la presencia del alumno directamnete con el profesor. Está presencia tiene caracter obligatorio.
Trabajos tutelados	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.
Prueba mixta	
Seminario	
Sesión magistral	<p>Sesión Magistral:            Clases magistrales de los aspectos más importantes de cada tema y resolución de dudas que hayan podido surgir al preparar el tema.</p> <p>Estudio de casos:            Realización de casos prácticos que estén de actualidad. El profesor propondrá un tema, que los alumnos deben buscar información, y se plantearán en clase las distintas posiciones y soluciones</p> <p>Trabajos tutelados:            Realización y exposición de trabajos por parte del alumno. Los trabajos se haran de forma individual</p>

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:

- Asistencia a clase. Igual o superior a un 85%. Se evaluará con un 20%
- TRabajo tutelado individual o en grupo. Se evaluará sobre un 40%.
- 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 alumno 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 de un alumno 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<sup>a</sup> Mar (2009). Dirección estratégica en el sector turistico. síntesis
- Rivas García, Jesús (2007). Dirección de empresas tursísticas. 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**