



Guía docente				
Datos Identificativos				2016/17
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				
Modalidad docente	Presencial			
Prerrequisitos				
Departamento	Análise Económica e Administración de Empresas			
Coordinador/a	García Álvarez, María Teresa	Correo electrónico	teresa.galvarez@udc.es	
Profesorado	García Álvarez, María Teresa Mariz Perez, Rosa	Correo electrónico	teresa.galvarez@udc.es rosa.mariz@udc.es	
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

Resultados de aprendizaje			
Resultados de aprendizaje	Competencias del título		
Conocer técnicas de dirección	AM4		
Conocer regulaciones del sector turístico	AM4		
Conocer la incidencia del entorno turístico		BM13	
Pensamiento crítico		BM13	
Aprender a trabajar en grupo		BM13	
Resolver problemas y dotes de comunicación		BM13	
Comunicarse de forma adecuada			CM10
Análisis crítico			CM10

Contenidos	
Tema	Subtema
I. Análisis estratégico	1. Introducción 2. Análisis de los recursos y capacidades. Aplicación al caso de las cadenas hoteleras 3. Los objetivos empresariales. Análisis y aplicación al sector turístico 4. Casos prácticos



II. Formulación de estrategias	<ol style="list-style-type: none">1. Estrategia Corporativa.2. Estrategia Competitiva.3. Estrategias Funcionales4. Casos prácticos
III. Supuestos de conducta e incentivos	<ol style="list-style-type: none">1. Análisis de la relación contractual. Estudio del caso de las franquicias. Aplicación al sector turístico.2. Análisis del Gobierno de l empresa. Aplicación al sector turístico3. Casos prácticos

Planificación				
Metodologías / pruebas	Competencias	Horas presenciales	Horas no presenciales / trabajo autónomo	Horas totales
Sesión magistral	A5 B3	26	0	26
Estudio de casos	A4 B9 B14 B2 C1 C6	9	36	45
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	Transmisión de conceptos teóricos a los alumnos presenciales en la propia clase (los alumnos no presenciales dispondrán de las transparencias resúmenes de los epígrafes que se colgarán en la plataforma virtual de Moodle).
Estudio de casos	Casos prácticos que tendrán que realizar los alumnos tanto presenciales como no presenciales y que se facilitarán a lo largo del curso. Alguno de estos casos se recogerán para su posterior evaluación (los alumnos no presenciales deberán de enviarlos antes de la fecha y hora establecidos en cada caso al correo electrónico de las profesoras).

Atención personalizada	
Metodologías	Descripción
Estudio de casos	Los casos prácticos requerirán que se entreguen en una fecha tope determinada. Ante cualquier duda que tengáis en su elaboración podéis enviarnos las dudas por correo electrónico. Adicionalmente, podéis emplear el teléfono durante las dos semanas en las que se imparten la materia. En el caso de Rosa Mariz (981167000 extensión 4444), los miércoles de 9:30-11:00 y en el caso de María Teresa García, podréis contactar los martes de 10:00-11:30 en la extensión 2459.

Evaluación			
Metodologías	Competencias	Descripción	Calificación
Estudio de casos	A4 B9 B14 B2 C1 C6	Casos prácticos.	100

Observaciones evaluación



Se evaluarán dos casos prácticos cuyo contenido, fechas de entrega y demás características, vienen recogidos en el documento "Normas materia Dirección Estratégica": Para la evaluación de la materia de Dirección Estratégica de las Organizaciones Turísticas se tendrá en cuenta la nota de dos casos prácticos que deberéis entregar.

Los casos prácticos se realizan en grupo de unos 5 miembros (los grupos para los alumnos 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.

1. El primer

trabajo supone el 80% de la nota y deberá entregarse a la profesora María Teresa García (mtgarcia@udc.es) antes del 15 de noviembre de 2016 a las 12:00h. El esquema sería:

a. Aplicación de la Teoría de

Recursos y Capacidades:

.

Identificación de los recursos de la organización.

.

Identificación de las capacidades de la organización.

.

Identificación de ventajas competitivas sostenibles.

.

Aplicación Análisis VRIO.

b .Análisis de la estrategia.

.

Estrategia Corporativa: - Cartera de negocios de la empresa (sinergias y tipo de diversificación)

.

Estrategia Competitiva:

- Tipo de estrategia competitiva

-

Aplicación del reloj estratégico

.

Estrategia funcional:

-

Análisis de las principales áreas funcionales de la organización

-

Análisis del tipo de financiación de la organización.

-

Identificación del departamento

más relevante desde el punto de vista de la estrategia empresarial.

c. Análisis del Gobierno de la Empresa:

.

Supervisión directa.

.

Sistema de incentivos.

.

Mercado de empresas y capitales.

.

Mercado de deuda.

.

Mercado de bienes y servicios.

El segundo caso práctico

supone el 20% de la nota. Consistirá en la aplicación de la teoría de la agencia (diseño de incentivos). Deberá entregarse antes del 15 de noviembre de 2016 a las 12:00h a la profesora Rosa Mariz (rmariz@udc.es).

El esquema sería:

a. Aplicación

de la Teoría de la Agencia: incentivos.

.

Análisis de problemas de riesgo moral y selección adversa.

.

Mecanismos de solución a los problemas anteriores.

El primer caso deberá de

tener una extensión máxima de 12 páginas y el segundo caso de 3 páginas a interlineado 1,5 y letra Times New Roman de 11 puntos.

Deberéis analizar una empresa/organización

del sector turismo y APLICAR todos los puntos explicados en la teoría.

Las notas se publicarán

en el Moodle el día 29 de noviembre y la revisión tendrá lugar el 16 de diciembre desde las 11:30h hasta las 12:30h en el despacho de las profesoras (Fac. Economía y Empresa, despacho 222)

Ante cualquier duda que

tengáis en su elaboración podéis enviarnos las dudas por correo electrónico.

Adicionalmente, podéis emplear el teléfono durante las dos semanas y media en

las que se imparten la materia. En el caso de Rosa Mariz (981167000 extensión 4444), los miércoles de 9:30-11:00 y en el caso de María Teresa García, podréis contactar los martes de

10:00-11:30 en la extensión 2459.



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