UNIVERSIDADE DA CORUÑA

Teaching Guide					
Identifying Data					2016/17
Subject (*)	Dirección estratéxica das organizacións turísticas			Code	615524004
Study programme	Mestrado Universitario en Planificación e Xestión de Destinos e Produtos Turísticos(plan 2016)				
Descriptors					
Cycle	Period	Year		Type	Credits
Official Master's Degree	1st four-month period	First		Obligatoria	3
Language					
Teaching method	Face-to-face				
Prerequisites					
Department	Análise Económica e Administración de Empresas				
Coordinador	García Álvarez, María Teresa		E-mail	teresa.galvarez@udc.es	
Lecturers	García Álvarez, María Teresa Mariz Perez, Rosa		E-mail	teresa.galvarez@udc.es rosa.mariz@udc.es	
Web					
General description	La materia abarca los aspectos más importantes de la Dirección Estratégica aplicados a las organizaciones del sector turístico. 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 A continuación se analizan y aplican los mecanismos de gobierno para ver cómo funcionan en el sector. El segundo bloque temático aborda el estudio de la estrategia (sus características, elementos, tipologías, etc), aplicándolo a organizaciones del sector. 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.				

Study programme competences / results	
Code	Study programme competences / results

Learning outcomes			
Learning outcomes	Study programme competences / results		
	AC4		
	AC4		
		BC13	
		BC13	
		BC13	
		BC13	
			CC10
			CC10

Contents	
Topic	Sub-topic
I. Introducción	1. La naturaleza y evolución del pensamiento estratégico. 2. Análisis de la relación contractual. Estudio del caso de las franquicias. Aplicación al sector turístico. 3. Análisis del Gobierno de l empresa. Aplicación al sector turístico 4. Casos prácticos

II. 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
III. FORMULACIÓN DE ESTRATEGIAS	1. Estrategia Corporativa. 2. Estrategia Competitiva. 3. Estrategias Funcionales 4. Casos prácticos

Planning				
Methodologies / tests	Competencies / Results	Teaching hours (in-person & virtual)	Student?s personal work hours	Total hours
Guest lecture / keynote speech	A5 B3	26	0	26
Case study	A4 B9 B14 B2 C1 C6	9	36	45
Personalized attention		4	0	4
(*)The information in the planning table is for guidance only and does not take into account the heterogeneity of the students.				

Methodologies	
Methodologies	Description
Guest lecture / keynote speech	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).
Case study	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).

Personalized attention	
Methodologies	Description
Case study	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.

Assessment			
Methodologies	Competencies / Results	Description	**Qualification**
Case study	A4 B9 B14 B2 C1 C6	Casos prácticos.	100

Assessment comments

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.

Sources of information	
Basic	- Bueno Campo et al. (2006). Dirección estratégica ... Pirámide
Complementary	

Recommendations
Subjects that it is recommended to have taken before

Subjects that are recommended to be taken simultaneously
Subjects that continue the syllabus
Other comments

(*)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.