UNIVERSIDADE DA CORUÑA

Guia docente					
Datos Identificativos					2019/20
Asignatura (*)	Dirección estratégica de las organizaciones turísticas		Código		615524004
Titulación	Mestrado Universitario en Planificación e Xestión de Destinos e Produtos Turísticos(plan 2016)				
Descriptores					
Ciclo	Periodo	Curso	Tipo		Créditos
Máster Oficial	1º cuatrimestre	Primero	Obligatoria		3
Idioma					
Modalidad docente	Presencial				
Prerrequisitos					
Departamento	EconomíaEmpresa				
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	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.				

Competencias / Resultados del título	
Código	Competencias / Resultados del título
A2	CE3 - Aplicar sistemas de calidad y gestión social, medioambiental y económica
A3	CE4 - Que los alumnos aprendan las técnicas de dirección de organizaciones públicas y de empresas del sector turístico
A4	CE5 - Que los alumnos tengan conocimientos sobre la normativa que regula las actividades turísticas
A5	CE6 - Saber manejar el capital social, entendiendo el destino turístico como sistema y relacionar agentes implicados en el desarrollo del producto turístico
B1	CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación
B3	CB8 - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios
B8	CG3 - Desenvolverse para el ejercicio de una ciudadanía abierta, culta, crítica, comprometida, democrática y solidaria, capaz de analizar la realidad, diagnosticar problemas, formular e implantar soluciones basada en el conocimiento y orientadas al bien común
B12	CG7 - Valorar la importancia que tiene la investigación, la innovación y el desenvolvimiento tecnológico en el avance socioeconómico y cultural de la sociedad
C1	CT1 - Resolver problemas de forma efectiva
C3	CT3 - Trabajar de forma autónoma con iniciativa
C4	CT4 - Trabajar de forma colaborativa
C7	CT7 - Capacidad para el aprendizaje de nuevos métodos y teorías, que doten de una gran versatilidad para adaptarse a nuevas situaciones
C9	CT9 - Capacidad para resolver problemas con iniciativa, toma de decisiones, creatividad, razonamiento crítico y de comunicar y transmitir conocimientos habilidades y destrezas

Resultados de aprendizaje			
Resultados de aprendizaje	Competencias / Resultados del título		
Conocer técnicas de dirección		BM1 BM3	
Conocer regulaciones del sector turístico	AP3 AP4	BM1	
Conocer la incidencia del entorno turístico	AP2 AP5	BM1	
Pensamiento crítico		BM8	CM9
Aprender a trabajar en grupo			CM1 CM4
Resolver problemas y dotes de comunicación		BM13	
Comunicarse de forma adecuada			CM3
Análisis crítico		BM12	CM7 CM9

Contenidos	
Tema	Subtema
I. Análisis estratégico	1. Análisis industrial versus análisis interno 2. Teoría de los Recursos y Capacidades. Aplicación al caso de las cadenas hoteleras 3. Casos prácticos
II. Formulación de estrategias	1. Concepto de estrategia. 2. Desarrollo de la estrategia y tipología. 3. Aplicación a las organizaciones turísticas
III. Supuestos de conducta e incentivos	1. Introducción 2. Análisis de la relación contractual. Estudio del caso de las franquicias. Aplicación al sector turístico. 3. Análisis del Gobierno de la empresa. Aplicación al sector turístico

Planificación				
Metodologías / pruebas	Competencias / Resultados	Horas lectivas (presenciales y virtuales)	Horas trabajo autónomo	Horas totales
Sesión magistral	B3 B1	26	0	26
Estudio de casos	A2 A3 A4 A5 B14 B1 B3 B8 B12 C1 C3 C4 C7 C9	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	En la modalidad presencial consiste en clases teóricas para la presentación de los contenidos de la asignatura; así como, la discusión de temas de interés actual relacionados con la materia. En la modalidad online se trata de diverso material teórico/práctico sobre los contenidos de la asignatura a disposición de los alumnos para su lectura; así como, la discusión de temas de interés actual relacionados con la materia mediante foros/debates on-line.

Estudio de casos	Casos prácticos en grupo que tendrán que realizar los alumnos tanto presenciales como online y que se facilitarán a lo largo del curso. Su entrega debe realizarse a través de la plataforma virtual.

Atención personalizada	
Metodologías	**Descripción**
Estudio de casos	Los casos prácticos requerirán que se entreguen en una fecha tope determinada. Ante cualquier duda que tengan en su elaboración tanto los alumnos presenciales como online 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 2429), los jueves de 10:30-12:00 y en el caso de María Teresa García Álvarez, podréis contactar los lunes de 10:00-11:30 en la extensión 2459.

Evaluación			
Metodologías	**Competencias / Resultados**	**Descripción**	**Calificación**
Sesión magistral	B3 B1	Asistencia y participación en las clases magistrales, por parte de los estudiantes presenciales. Participación en los foros virtuales de los alumnos online.	10
Estudio de casos	A2 A3 A4 A5 B14 B1 B3 B8 B12 C1 C3 C4 C7 C9	Casos prácticos en grupo tanto para alumnos presenciales como online	90

Observaciones evaluación

Se tendrá en cuenta la asistencia y participación en las clases magistrales, por parte de los estudiantes presenciales; así como, la participación en los foros virtuales de los alumnos online (10% nota final).

Tanto en el caso de alumnos presenciales como online, 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 analiza y deberá comunicarle a las profesoras la elección.

1. El primer trabajo supone el 60% de la nota y deberá entregarse a través de la plataforma Moodle (profesora María Teresa García Álvarez) antes del 8 de enero de 2020 a las 10:00h. 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.

El segundo caso práctico supone el 40% de la nota. Deberá entregarse antes del 8 de enero de 2020 a través de la plataforma Moodle (profesora Rosa Mariz Pérez). El esquema sería:

a. Organigrama de la empresa: representación gráfica y breve explicación

b. Aplicación de la Teoría de la Agencia: incentivos.

· Análisis de problemas de riesgo moral y selección adversa.

· Mecanismos de solución a los problemas anteriores.

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 primer caso deberá detener una extensión máxima de 10 páginas y el segundo caso de 7 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 13 de enero de 2020 y la revisión tendrá lugar el 16 de enero desde las 11:00h hasta las 12:00h 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 en las que se imparten la materia. En el caso de Rosa Mariz (981167000 extensión 2429), los jueves de 10:30-12:00 y en el caso de María Teresa García, podréis contactar los lunes de 10:00-11:30 en la extensión 2459.

Fuentes de información	
Básica	- Bueno Campo et al. (2006). Dirección estratégica ... Pirámide
Complementária	

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