UNIVERSIDADE DA CORUÑA

Teaching Guide					
Identifying Data					2021/22
Subject (*)	Strategic management of the tourist organizations		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	Obligatory	3	
Language					
Teaching method	Face-to-face				
Prerequisites					
Department	EconomíaEmpresa				
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	A materia abarca os aspectos máis importantes da Dirección Estratéxica aplicados ás organizacións do sector turístico. O primeiro bloque temático céntrase na análise e aplicación da Teoría dos Recursos e Capacidades para estudar os factores que permiten obter vantaxes competitivas sustentables neste tipo de organizacións. O segundo bloque temático aborda o estudo da estratexia (as súas características, elementos, tipoloxías, etc), aplicándoo a organizacións do sector. Finalmente, no terceiro bloque temático, estúdanse os supostos de conduta e incentivos. Neste bloque temático, analízase unha das formas organizativas máis estendidas dentro do sector turístico: a franquía. Así mesmo, analízanse e aplican os mecanismos de goberno para ver como funcionan no sector.				
Contingency plan	1. Modifications to the contents 2. Methodologies *Teaching methodologies that are maintained *Teaching methodologies that are modified 3. Mechanisms for personalized attention to students 4. Modifications in the evaluation *Evaluation observations: 5. Modifications to the bibliography or webgraphy				

Study programme competences	
Code	Study programme competences
A2	CE3 - Aplicar sistemas de calidade e xestión social, ambiental e económica
A3	CE4 - Que os alumnos aprendan as técnicas de dirección de organizacións públicas e de empresas do sector turístico
A4	CE5 - Que os alumnos teñan coñecementos sobre a normativa que regula as actividades turísticas
A5	CE6 - Saber manexar o capital social, entendendo o destino turístico como sistema e relacionar axentes implicados no desenvolvemento do produto turístico
B1	CB6 - Posuír e comprender coñecementos que acheguen unha base ou oportunidade de ser orixinais no desenvolvemento e/ou aplicación de ideas, a miúdo nun contexto de investigación

B3	CB8 - Que os estudantes sexan capaces de integrar coñecementos e enfrontarse á complexidade de formular xuízos a partir dunha información que, sendo incompleta ou limitada, inclúa reflexións sobre as responsabilidades sociais e éticas vinculadas á aplicación dos seus coñecementos e xuízos
B8	CG3 - Desenvolverse para o exercicio dunha cidadanía aberta, culta, crítica, comprometida, democrática e solidaria, capaz de analizar a realidade, diagnosticar problemas, formular e implantar solucións baseada no coñecemento e orientadas ao ben común
B12	CG7 - Valorar a importancia que ten a investigación, a innovación e o desenvolvimiento tecnolóxico no avance socioeconómico e cultural da sociedade
C1	CT1 - Resolver problemas de forma efectiva
C3	CT3 - Trabajar de forma autónoma con iniciativa
C4	CT4 - Traballar de forma colaborativa
C7	CT7 - Capacidade para a aprendizaxe de novos métodos e teorías, que doten dunha gran versatilidad para adaptarse a novas situacións
C9	CT9 - Capacidade para resolver problemas con iniciativa, toma de decisións, creatividade, razonamiento crítico e de comunicar e transmitir coñecementos habilidades e destrezas

Learning outcomes			
Learning outcomes	Study programme competences		
		BC1 BC3	
	AJ3 AJ4	BC1	
	AJ2 AJ5	BC1	
		BC8	CC9
			CC1 CC4
		BC13	
			CC3
		BC12	CC7 CC9

Contents	
Topic	Sub-topic
I. Análise estratéxica	1. Análise industrial versus análisise interna. 2. Teoría dos Recursos e Capacidades. Aplicación ao caso das cadeas hostaleiras 3. Casos prácticos
II. Formulación de Estratexias	1. Concepto de estratexia 2. Desenvolvemento de estratexia e tipoloxía 3. Aplicación ás organizacións turísticas
III. Supostos de conducta e incentivos	1. Introducción. 2. Análise da relación contractual. Estudo do caso das franquías. Aplicación ao sector turístico. 3. Análise do Goberno da empresa. Aplicación ao sector turístico

Planning				
Methodologies / tests	Competencies	Ordinary class hours	Student?s personal work hours	Total hours
Guest lecture / keynote speech	B1	18	0	18
Online forum	B14	7	6	13

Case study	A2 A3 A4 A5 B14 B1 B3 B8 B12 C1 C3 C4 C7 C9	10	30	40
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	No modo presencial consta de clases teóricas para a presentación dos contidos da materia. Na modalidade online trátase de diferentes materiais teóricos / prácticos sobre os contidos de a materia, ao dispor dos/as alumnos/as para a súa lectura
Online forum	Participación en foros online, onde os estudantes, tanto presenciais como online, terán que adoptar unha visión crítica sobre temas de interese actual relacionados coa materia.
Case study	Casos prácticos en grupo que terán que realizar os alumnos tanto presenciais como online e que se facilitarán ao longo do curso. A súa entrega debe realizarse a través da plataforma virtual Moodle.

Personalized attention	
Methodologies	**Description**
Case study	Os casos prácticos requirirán que se entreguen nunha data tope determinada. Ante calquera dúbida que teñan os alumnos presenciais e online na súa elaboración poden enviarnos as dúbidas por correo electrónico.

Assessment			
Methodologies	**Competencies**	**Description**	**Qualification**
Online forum	B14	Participación en foros online, sobre a temática da materia, tanto para alumnos/as presenciais como online	10
Case study	A2 A3 A4 A5 B14 B1 B3 B8 B12 C1 C3 C4 C7 C9	Casos prácticos en grupo tanto para alumnos/as presenciais como online	90

Assessment comments
Terase en conta a participación nos foros virtuais, tanto para os alumnos/ as presenciais como alumnos/ as online (10% nota final). Tanto no caso de alumnos/ as presenciais como online, avaliaranse tamén dous casos prácticos cuxo contido, datas de entrega e demais características, veñen recollidos no documento "Normas materia Dirección Estratéxica" (90% nota final) Os casos prácticos realízanse en grupo duns 5 membros (os grupos para os/ as alumnos/ as online serán asignados polas profesoras e comunicados antes do inicio das clases). A cada grupo corresponderalle escoller unha empresa do sector turístico a analizar e deberá comunicarlle ás profesoras a elección. Mantense o mesmo sistema de avaliación na primeira oportunidade e na segunda oportunidade.

Sources of information	
Basic	- 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
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.