



Teaching Guide

Teaching Guide				
Identifying Data				2019/20
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.			

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 desenvolvemento 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 versatilidade 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 análise 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 B3	26	0	26
Case study	A2 A3 A4 A5 B14 B1 B3 B8 B12 C1 C3 C4 C7 C9	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	No modo presencial consta de clases teóricas para a presentación dos contidos da materia; así como, a discusión de temas de interese actual relacionados coa materia. Na modalidade online trátase de diferentes materiais teóricos / prácticos sobre os contidos de a materia a disposición dos estudantes para a lectura; así como, a discusión de temas de interese actual relacionados co tema a través de foros / debates en liña...
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. Adicionalmente, podedes empregar o teléfono durante as dúas semanas que se imparten a materia. No caso de Rosa Mariz (981167000 extensión 2429), os xoves de 10:30-12:00 e no caso de María Teresa García, poderedes contactar os luns de 10:00-11:30 na extensión 2459.

Assessment			
Methodologies	Competencies	Description	Qualification
Guest lecture / keynote speech	B1 B3	Asistencia e participación nas clases maxistras, por parte dos estudantes presenciais. Participación nos foros virtuais dos alumnos 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 presenciais como online	90

Assessment comments



Terase en conta a asistencia e participación nas clases maxistrais, por parte dos estudantes presenciais; así como, a participación nos foros virtuais dos alumnos online (10% da nota final).

Tanto no caso de estudantes presenciais como online, avaliaranse dous casos prácticos cuxo contido, datas de entrega e demais características, veñen recollidos no documento "Normas materia Dirección Estratéxica". Para a avaliación da materia de Dirección Estratéxica das Organizacións Turísticas terase en conta a nota de dous casos prácticos que deberedes entregar.

Os casos prácticos realízanse en grupo duns 5 membros (os grupos para os alumnos 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.

1. O primeiro traballo supón o 50% da nota final e deberá entregarse a través do Moodle (profesora María Teresa García Álvarez) antes do 8 de enero de 2020 ás 10:00h. O esquema sería:

a. Aplicación da Teoría de Recursos e Capacidades:

- Identificación dos recursos da organización.
- Identificación das capacidades da organización.
- Identificación de vantaxes competitivas sustentables.
- Aplicación Análise VRIO.

b .Análise da estratexia.

- Estratexia Corporativa: - Carteira de negocios da empresa (sinerxias e tipo de diversificación)
- Estratexia Competitiva:
 - Tipo de estratexia competitiva
 - Aplicación do reloxo estratéxico
- Estratexia funcional:
 - Análise das principais áreas funcionais da organización
 - Análise do tipo de financiamento da organización.
 - Identificación do departamento máis relevante desde o punto de vista da estratexia empresarial.

O segundo caso práctico supón o 40% da nota final. Deberá entregarse antes do 8 de enero de 2019 ás 10:00h a través da plataforma Moodle (profesora Rosa Mariz). O esquema sería:

a. Organigrama da empresa: representación gráfica e breve explicación

b. Aplicación da Teoría da Axencia: incentivos.

- Análise de problemas de risco moral e selección adversa.
- Mecanismos de solución aos problemas anteriores.

c. Análise do Goberno da Empresa:

- Supervisión directa.
- Sistema de incentivos.
- Mercado de empresas e capitais.
- Mercado de débeda.
- Mercado de bens e servizos

O primeiro caso deberá de ter unha extensión máxima de 8 páxinas e o segundo caso de 7 páxinas a interlineado 1,5 e letra Estafes New Roman de 11 puntos.

Deberedes analizar unha empresa/organización do sector turismo e APLICAR todos os puntos explicados na teoría.

As notas publicaranse no Moodle o día 13 de enero de 2020 e a revisión terá lugar o 16 de enero desde as 11:00h ata as 12:00h no despacho das profesoras (Fac. Economía e Empresa, despacho 222)

Ante calquera dúbida que teñades na súa elaboración poderedes enviarnos as dúbidas por correo electrónico. Adicionalmente, poderedes empregar o teléfono durante as dúas semanas nas que se imparten a materia. No caso de Rosa Mariz (981167000 extensión 2429), os xoves de 10:30-12:00 e no caso de María Teresa García, poderedes contactar os luns de 10:00-11:30 na extensión 2459.



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.