GRADO EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS

CURSO 2023-2024

DIRECCIÓN ESTRATÉGICA	
Código	15802294
Módulo	Organización de empresas
Materia	Dirección de empresas
Carácter	Obligatorio
Créditos	6
Curso	4º
Semestre	1º
Profesor	Raúl López Castro
Despacho	102
Correo	rlopez@rcumariacristina.com

SINOPSIS

DESCRIPTOR

La asignatura permitirá al estudiante adquirir conocimientos relacionados con la dirección estratégica de la empresa. En particular, se abordará el proceso la fijación de objetivos en la misma, el análisis del entorno, el análisis interno, la formulación de estrategias competitivas y corporativas, así como la problemática de la implantación de las mismas.

Estos conocimientos resultarán de utilidad en cualquier contexto empresarial, tanto nacional como internacional, ya sea en empresas consolidadas como en la puesta en marcha de nuevas empresas, con independencia de su identidad jurídica y tipo de propiedad.

CONOCIMIENTOS PREVIOS RECOMENDADOS

Se recomienda que el alumno tenga conocimientos previos sobre introducción a la dirección de empresas, así como de las distintas áreas funcionales (marketing, operaciones, recursos humanos…).
Es necesario un nivel medio-alto de español para poder entender los conceptos complejos estudiados y poder participar activamente en las actividades de clase.

OBJETIVOS FORMATIVOS

La materia de Dirección de Empresas tiene por objetivo que el estudiante sepa definir los objetivos a largo plazo de una empresa y tomar las decisiones más adecuadas para alcanzarlos de la forma más eficiente, mediante el diseño y la implantación de una estrategia adecuada, factible y aceptable.

A partir de los contenidos explicados en el resto de asignaturas de la titulación, la asignatura pretende integrar esos conocimientos y formar profesionales capaces de desempeñar labores de dirección, consultoría y evaluación en todo tipo de organizaciones (públicas o privadas, lucrativas o no lucrativas, grandes o pequeñas).

En concreto, tras cursar la asignatura, el futuro graduado debería estar en condiciones de contribuir con su actividad al buen funcionamiento y la mejora de resultados de las empresasmediante:

- La definición de la identidad de la empresa y el establecimiento de una visión clara, que tengan en cuenta las necesidades de los distintos grupos de interés y evite los problemas de gobierno corporativo.
- La identificación de las oportunidades y amenazas que caracterizan el entorno en el que desarrolla su actividad la empresa.
- El análisis del potencial estratégico de los recursos y capacidades que posee o controla la empresa.
- El diseño de una serie de alternativas estratégicas tanto en el ámbito corporativo como en el de negocio.
- El conocimiento de las principales actividades que hay que llevar a cabo para seleccionar la estrategia más idónea y ponerla en marcha.

COMPETENCIAS

Generales: CG2, CG4
Transversales: CT1, CT2, CT4
Específicas: CE1, CE2, CE7
Ver descripción de competencias

METODOLOGÍA DOCENTE

A todas las actividades formativas se les aplicará una metodología de enseñanza-aprendizaje mixta para que el aprendizaje del estudiante sea colaborativo y cooperativo

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

El estudiante aprende a identificar las oportunidades y amenazas que caracterizan el entorno en el que desarrollan su actividad las empresas y a analizar el potencial estratégico de los recursos y capacidades que éstas poseen o controlan.
El estudiante conoce las distintas alternativas estratégicas, tanto en el ámbito corporativo como en el competitivo, que permiten que la empresa logre su propósito estratégico y los objetivos marcados de acuerdo con su idiosincrasia y las características de su entorno.

CONTENIDO TEMÁTICO

INTRODUCCIÓN

Tema 1. La naturaleza de la dirección estratégica
1.1. Las decisiones estratégicas
1.2. El proceso de dirección estratégica y su responsabilidad

PARTE I: ANÁLISIS ESTRATÉGICO

Tema 2. La orientación y los valores de la empresa
2.1. La orientación futura de la empresa
2.2. El rendimiento de la empresa: La creación de valor
2.3. Los grupos de interés y el gobierno de la empresa
2.4. Los valores de la empresa

Tema 3. Análisis del entorno
3.1. El entorno de la empresa: Concepto y tipología
3.2. Análisis del entorno general
3.3. Análisis del entorno competitivo

Tema 4. Análisis interno
4.1. El diagnóstico interno de la empresa
4.2. La cadena de valor
4.3. El análisis de los recursos y capacidades

PARTE II: FORMULACIÓN DE LAS ESTRATEGIAS

Tema 5. Estrategias y ventajas competitivas
5.1. Estrategia y ventaja competitiva
5.2. La ventaja competitiva en costes
5.3. La ventaja competitiva en diferenciación de productos
5.4. El modelo del “reloj estratégico”

Tema 6. Las direcciones de desarrollo
6.1. El campo de actividad y el desarrollo de la empresa
6.2. La expansión de actividades
6.3. La diversificación de actividades
6.4. La integración vertical
6.5. La reestructuración de actividades

Tema 7. Los métodos de desarrollo
7.1. Desarrollo interno y externo
7.2. Fusiones y adquisiciones
7.3. La cooperación entre empresas

Tema 8. La estrategia de internacionalización
8.1. La empresa multinacional
8.2. La competencia global: factores y estrategias
8.3. Estrategias de entrada en mercados exteriores
8.4. La dirección de la empresa multinacional

ACTIVIDADES DOCENTES

Actividad	% del total de horas*	Presencialidad
Clases teóricas	20%	100%
Actividades prácticas	20%	75%
Tutorías	6%	100%
Actividades de evaluación	4%	100%
Elaboración de trabajos	20%	0%
Horas de estudio	30%	0%

*1ECTS=25 horas

SISTEMA DE EVALUACIÓN

EXAMEN	60%
El examen final de la asignatura será una prueba individual, con parte teórica y práctica, en la que se evaluará el dominio de los contenidos de la asignatura y su aplicación a la realidad económico-empresarial.	
EVALUACIÓN CONTINUA	**40%**
Consiste en el análisis, presentación y defensa de casos, aplicaciones o noticias de prensa sobre un sector industrial o una empresa (20%). Tras finalizar las clases teóricas y prácticas de los temas 1 a 4 del programa, se realizará un ejercicio individual tipo test, no liberatorio, que formará parte de la evaluación continua del alumno (15%). La participación activa del alumno en el aula, tanto en las clases teóricas como prácticas, así como en las restantes actividades docentes señaladas, será también evaluada (5%).	

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Realización de casos y presentación en clase: dominio de contenidos, estructura de ideas, capacidad de síntesis, relevancia de información, claridad de exposición y trabajo en equipo.

Realización de noticias y ejercicios individuales: dominio de contenidos, estructura de ideas, capacidad de síntesis y claridad de exposición.

Participación activa en clase: aportaciones a la discusión y relevancia de las cuestiones planteadas.

Examen final: deberá obtenerse un mínimo de un 4 (sobre 10) para aprobar el examen. Las fechas y horas de los exámenes en cada convocatoria (ordinaria y extraordinaria) son las que determina la Facultad conforme al calendario oficial de exámenes.

En la calificación final se tendrá en cuenta todos los conceptos anteriormente indicados, en los porcentajes fijados. La calificación mínima para aprobar la asignatura será de un 5, teniendo que haber aprobado el examen final.

Se considerará “no presentado” en convocatoria ordinaria al alumno que, además de no presentarse al examen final, tampoco haya asistido a clase de manera regular. En concreto, el alumno que, transcurrido un mes desde el inicio de las clases, siga asistiendo y entregando sus actividades o que haga el ejercicio individual tipo test, se considerará presentado.

En el caso de los estudiantes que tengan suspensa la evaluación continua ordinaria y se hayan presentado al examen final ordinario, a efectos de calificar la evaluación continua extraordinaria se considerará el máximo entre la calificación de la evaluación continua ordinaria y la calificación final ordinaria.

Aquellos alumnos que no cumplan con las fechas indicadas por el profesor en clase para la asignación de las prácticas, quedarán excluidos de las mismas, basándose su calificación en el ejercicio individual, la participación activa y el examen final.

CRONOGRAMA ORIENTATIVO

Semana	Contenidos y actividades
1ª	Tema 1
2ª	Tema 2
3ª	Tema 3
4ª	Tema 3
5ª	Tema 4
6ª	Tema 4
7ª	Tema 5
8ª	Tema 5
9ª	Tema 6
10ª	Tema 6
11ª	Tema 7
12ª	Tema 7
13ª	Tema 8
14ª	Tema 8
15ª	

NOTA: Este calendario es orientativo puesto que las fiestas laborales y los periodos no lectivos afectan de distinto modo a los diferentes grupos y ello puede alterar el desarrollo de los temas, casos, así como las fechas y el número de actividades.

RECURSOS

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

GUERRAS MARTÍN, L.A.; NAVAS LÓPEZ, J.E. (2020): “Casos de Dirección Estratégica de la Empresa”, Thomson Reuters-Civitas, Cizur Menor, 6ª edición.

NAVAS LÓPEZ, J.E.; GUERRAS MARTÍN, L.A. (2023): “Fundamentos de Dirección Estratégica de la Empresa”, Thomson Reuters-Civitas, Cizur Menor, 3ª edición.

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

BARNEY, J.B. (2011): “Gaining and Sustaining Competitive Advantage”, Addison-Wesley, Reading, 4ª edición.

COLLIS, D.J. (2014): “International strategy: context, concepts and implications”, Wiley, West Sussex

DESS, G.G.; LUMPKIN, G.T.; EISNER, A.B. (2011): "Administración estratégica. Textos y casos", McGraw-Hill, México, 5ª edición.

GRANT, R.M. (2014): “Dirección Estratégica. Conceptos, Técnicas y Aplicaciones. Thomson Reuters-Civitas. Cizur Menor [traducción de la 8ª edición, 2013].

GRANT, R.M.; JORDAN, J. (2015): “Foundations of Strategy”, Wiley, Nueva York.

GUERRAS MARTÍN, L.A.; NAVAS LÓPEZ, J.E. (2022): "La Dirección Estratégica de la Empresa. Teoría y Aplicaciones", Thomson-Civitas, Madrid, 6ª edición.

HILL, C.W.L.; JONES G.R. (2009): “Administración estratégica”, McGraw Hill, México, 8ª edición. JOHNSON, G; SCHOLES, K.; WHITTINGTON, R. (2010): “Fundamentos de Dirección Estratégica”, Pearson Educación, Madrid.

PORTER, M. (1982): "Estrategia Competitiva", C.E.C.S.A., México. PORTER, M. (1987): "Ventaja Competitiva", C.E.C.S.A., México.

OTROS RECURSOS

www.guerrasynavas.com www.foundationsofstrategy.com
www.contemporarystrategyanalysis.com