

PROGRAMA DE LA ASIGNATURA

Curso académico: 2013/2014

Identificación y características de la asignatura				
Código	500070			Créditos ECTS 6
Denominación	DIRECCION ESTRATEGICA			
Titulaciones	FICO			
Centro	Facultad de Estudios Empresariales y Turismo			
Semestre	6	Carácter	Obligatoria	
Módulo	Administración y Dirección de Empresas			
Materia	Dirección Estratégica			
Profesor/es				
Nombre	Despacho	Correo-e	Página web	
Ricardo Hernández Mogollón	36	ricardoh@arrakis.es		
David Martín Bazaga	47	davidmb@unex.es		
Área de conocimiento	Economía Financiera y Contabilidad			
Departamento	Economía Financiera y Contabilidad			
Profesor coordinador (si hay más de uno)	Ricardo Hernández Mogollón			
Competencias				
<p>1. Competencias genéricas instrumentales</p> <p>A1.1.- Capacidad de análisis y síntesis A1.2.- Capacidad de organización y planificación A1.3.- Comunicación oral y escrita en lengua nativa A1.4.- Habilidad para analizar y buscar información proveniente de fuentes diversas A1.5.- Capacidad para la resolución de problemas A30851.6- Capacidad de tomar decisiones</p>				
<p>2. Competencias genéricas personales</p> <p>a.2.1.Capacidad para trabajar en equipo a.2.2.Trabajo en un equipo de carácter interdisciplinar a.2.3.Trabajo en un contexto internacional a.2.4.Habilidad en las relaciones personales a.2.5.Capacidad para trabajar en entornos diversos y multiculturales a.2.6.Capacidad crítica y autocrítica a.2.7.Compromiso ético en el trabajo a.2.8.Trabajar en entornos de presión</p>				
<p>3. Competencias genéricas sistémicas</p> <p>A.3.1.- Capacidad de aprendizaje autónomo A.3.2.- Capacidad de adaptación a nuevas situaciones A.3.3.- Creatividad A.3.4.- Liderazgo A.3.5.- Iniciativa y espíritu emprendedor A.3.7.- Motivación por la calidad</p>				

4. Competencias específicas disciplinares

C01.- Conocer la empresa como un sistema global e identificar en ella las áreas funcionales, comprendiendo la importancia de entender la interrelación entre ellas y el entorno para poder dirigir, gestionar, plantear problemas y proponer soluciones en las empresas y organizaciones.

C02.- Conocer, analizar y entender la organización internas de las empresas-personas, procesos y estructuras, identificando la interrelación de la estructura con el entorno de la actividad empresarial.

C03.- Identificar y comprender los instrumentos de la administración de empresa relacionados con la planificación, dirección y control de las distintas áreas funcionales.

C05.- Ser capaz de realizar análisis del competidor, y diseñar estrategias genéricas, así como nuevos modelos competitivos.

5. Competencias específicas profesionales

M.5/1.- Capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica.

M.5/2.- Habilidad de búsqueda de información e investigación.

M.5/4.- Capacidad para la divulgación de las cuestiones económicas.

Temas y contenidos

Breve descripción del contenido

Concepto de Estrategia. Análisis del entorno, capacidad estratégica, propósito estratégico y cultura y estrategia. Análisis de la estrategia a nivel de negocio, a nivel corporativo. La estrategia internacional y los métodos de desarrollo y evaluación de la estrategia.

Estructura organizativa, procesos de dirección y cambio estratégico.

Temario de la asignatura

Tema 1: Introducción

1.1.- Aspectos básicos de dirección de la empresa

1.2.- ¿Qué es estrategia de la empresa?

1.3.- Niveles en la estrategia

1.4.- Proceso de Dirección Estratégica

Tema 2: El Entorno

2.1.- Estratos y análisis del entorno

2.2.- Análisis del Macroentorno

2.3.- Análisis del Sector

2.4 Análisis de la Competencia

Tema 3: Análisis de los Recursos y Capacidades de la empresa.

3.1.- Análisis e identificación de los Recursos y Capacidades

3.2.- Obtención y mantenimiento de una ventaja competitiva

3.3.- Diagnóstico de los Recursos y Capacidades de la Empresa

Tema 4: Objetivos y Valores de la empresa

4.1.- Cadena de Propósitos

4.2.- Responsabilidad Social Corporativa

4.3.- La creación de Valor en la Empresa, Grupos de interés

4.4.- Gobierno, Ética y Cultura Empresarial

Tema 5: Estrategias a nivel de Negocio y de Sector

5.1.- Ventajas competitivas del Sector

5.2.- Estrategias Sectoriales

5.3.- Estrategias en Sectores Tecnológicos.

Tema 6: Dirección y Estrategias de Desarrollo e Internacionalización

6.1.- Estrategia a nivel Corporativo			
6.2.- Estrategia de Internacionalización			
6.3.- Evaluación y Métodos de desarrollo de la estrategia			
Tema 7: Ejecución de la Estrategia			
7.1.- La organización de la empresa			
7.2.- El éxito a través de los recursos de la empresa			
7.3.- Planificación, Control y Cambio estratégico			
Tema 8 : Innovación y Análisis de la empresa			
8.1.- Innovación Tecnológica			
8.2.- Tipos y Comportamiento			
8.3.- Diseño Dominante			
Tema 9: Formulación de una Estrategia de Innovación			
9.1.- Situación y Orientación estratégica			
9.2.- Evaluación de Proyectos y Colaboración Empresarial			
Tema 10: Implantación de las estrategias de Innovación Tecnológica			
10.1.- Organizarse para innovar			
10.2.- Innovación en nuevos productos			
10.3.- Despliegue de la estrategia			

Actividades formativas					
Horas de trabajo del alumno por tema		Presencial		Actividad de seguimiento	No presencial
Tema	Total	GG	SL	TP	EP
1	12	5			7
2	15	6			9
3	15	6			9
4	18	7			11
5	18	7			11
6	15	6			9
7	15	6			9
8	20	8			12
9	12	5			7
10	10	4			6
Evaluación del conjunto	150	60			90

GG: Grupo Grande (100 estudiantes).
 SL: Seminario/Laboratorio (prácticas clínicas hospitalarias = 7 estudiantes; prácticas laboratorio o campo = 15; prácticas sala ordenador o laboratorio de idiomas = 30, clases problemas o seminarios o casos prácticos = 40).
 TP: Tutorías Programadas (seguimiento docente, tipo tutorías ECTS).
 EP: Estudio personal, trabajos individuales o en grupo, y lectura de bibliografía.

Sistemas de evaluación

Los alumnos realizarán, un trabajo que expondrán en clase y cuya calificación formará parte de la nota final. En la calificación final se tendrá en cuenta la asistencia y participación del alumno en clase y su evaluación continua.
 La participación y el trabajo contará para la nota final un 30 %
 Se realizará un examen por escrito de aproximadamente 10 preguntas entre cortas y de desarrollo que determinará el 70 % de la nota final.
 Para superar esta asignatura, y una vez aplicada la ponderación, se deberá obtener una

calificación final como mínimo de un 5 sobre 10.

Se aplicará el sistema de calificaciones vigente en cada momento; actualmente, el que aparece en el RD 1125/2003, artículo 5º. Los resultados obtenidos por el alumno en cada una de las materias del plan de estudios se calificarán en función de la siguiente escala numérica de 0 a 10, con expresión de un decimal, a la que podrá añadirse su correspondiente calificación cualitativa: 0 - 4,9: Suspenso (SS), 5,0 - 6,9: Aprobado (AP), 7,0 - 8,9: Notable (NT), 9,0 - 10: Sobresaliente (SB). La mención de Matrícula de Honor podrá ser otorgada a alumnos que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9.0. Su número no podrá exceder del 5 % de los alumnos matriculados en una asignatura en el correspondiente curso académico, salvo que el número de alumnos matriculados sea inferior a 20, en cuyo caso se podrá conceder una sola Matrícula de Honor.

Bibliografía y otros recursos

LECTURA OBLIGATORIA

Sun Tzu : El arte de la Guerra; <http://perso.wanadoo.es/ddragon/>

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA:

Grant, R.M. (2008). Dirección Estratégica, técnicas y aplicaciones. Editorial Thomson Civitas, Madrid.

Guerras Martín, L.A. y Navas López, J.E. (2009): La Dirección Estratégica de la Empresa. Teoría y Aplicaciones. Editorial Thomson Civitas.

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

Abascal Rojas, Francisco (1997): Cómo se hace un plan estratégico. La teoría del marketing estratégico. Esic Editorial.

Ackoff, Russell L.(1983). Planificación de la empresa del Futuro. Ed. Limusa. México. AnsotT, H.1. (1984): La Dirección y su actitud ante el entorno. Ed. Deusto. Bilbao.

Boston Consulting Group. Ideas sobre estrategia. Deusto, 1999.

Construye tu sueño (2005): Luis María Huete. LID Editorial Empresarial

Casanueva Rocha, C. ; García del Junco. J. ; Caro González, F.J. (2000) : Organización y gestión de empresas turísticas. Ed. Pirámide. Dess. G;

Lumpkin, G.T. Dirección Estratégica. McGrawHill (2003). David, Fred R. Conceptos de Administración Estratégica. 5ª Edición. Prentice Hall Hispanoamericana S.A (1997).

García Falcón, Juan Manuel. Formulación de Estrategias en las Empresas. Centro de Investigación Económica y Social de Canarias. Madrid, 1987.

Harvard Business Review (1999): Estrategias de Crecimiento. Ediciones Deusto S.A.

Hernández Mogollón, Ricardo (1997). Conquistando la Excelencia, FEP, Caja Rural de Extremadura. Hernández Mogollón, Ricardo (2000). Empresas Gacela en Extremadura.

Ediciones La Coria. Fundación Xavier de Salas. Hernández Mogollón, Ricardo (2003).

Dirección del Conocimiento: desarrollos teóricos y aplicaciones. Ediciones La Coria.

Fundación Xavier de Salas. Trujillo. <http://www.fundacinxavierdesalas.com> Martín Rojo, 1. (2005): Dirección y Gestión de Empresas del Sector Turístico. Ed.Pirámide.

Horario de tutorías

Tutorías Programadas:

Tutorías de libre acceso:

Recomendaciones

Durante las clases el profesor presentará un resumen de los temas. Las clases se plantean como la presentación de las ideas fuerza del tema, comentarios y reflexiones sobre las mismas.

Es conveniente que los alumnos elaboren resúmenes y esquemas de cada tema con carácter previo, y modificarlos o completarlos en las sesiones correspondientes.

Se recomienda una lectura anterior a los temas para facilitar las discusiones y la participación en el desarrollo de las clases.

El trabajo continuado y buena planificación desde el primer día ayudarán a la comprensión y conocimiento de los temas tratados.