

Plan 247 Lic. Investigación y Tec. Mercado

Asignatura 43583 ESTRATEGIA COMPETITIVA DE LA EMPRESA

Grupo 1

Presentación

Estrategia Competitiva de la Empresa

Programa Básico

Objetivos

Con esta asignatura se pretende que los estudiantes aprendan Dirección Estratégica de la Empresa. Esto es, se trata de que adquieran conocimientos que les faciliten la adopción de decisiones globales en la empresa, teniendo en cuenta la metodología adecuada y los conocimientos que han ido adquiriendo en relación con la empresa y, en particular, con la dirección de la misma.

Programa de Teoría

PROGRAMA DE LA ASIGNATURA:

PARTE PRIMERA: FUNDAMENTOS Y CONCEPTOS BÁSICOS

TEMA 1. LA NATURALEZA DE LA DIRECCIÓN ESTRATÉGICA

- 1.1. Las decisiones estratégicas: concepto y niveles
- 1.2. Proceso y responsabilidad de la dirección estratégica
- 1.3. La dirección estratégica de la empresa como ámbito de estudio: evolución y enfoques
- 1.4. Hacia una visión integradora de la dirección estratégica

PARTE II: ANÁLISIS ESTRATÉGICO

TEMA 2: APROXIMACIÓN CONCEPTUAL AL ESTUDIO DEL ENTORNO. ANÁLISIS DEL ENTORNO GENERAL

- 2.1. El entorno de la empresa: concepto, tipología y nivel de incertidumbre
- 2.2. Análisis del entorno general
- 2.3. Análisis del entorno futuro: los métodos prospectivos

TEMA 3: ANÁLISIS DEL ENTORNO ESPECÍFICO

- 3.1. Delimitación del entorno específico
- 3.2. Análisis de la estructura del sector: el núcleo competitivo
- 3.3. La segmentación del sector: grupos estratégicos
- 3.4. Análisis de los competidores

TEMA 4: ANÁLISIS INTERNO DE LA EMPRESA

- 4.1. El diagnóstico interno de la empresa: identidad y perfil estratégico
- 4.2. La cadena de valor: actividades e interrelaciones
- 4.3. El benchmarking
- 4.4. Las matrices de análisis estratégico
- 4.5. El análisis DAFO

TEMA 5: ANÁLISIS DE LOS RECURSOS Y CAPACIDADES

- 5.1. El análisis de los recursos y capacidades
- 5.2. Identificación de los recursos y capacidades
- 5.3. Evaluación estratégica de los recursos y capacidades
- 5.4. La gestión de los recursos y capacidades

TEMA 6: DETERMINACIÓN DE LOS OBJETIVOS

- 6.1. Delimitación del concepto de objetivo empresarial: misión, visión y objetivos
- 6.2. Los objetivos estratégicos de la empresa
- 6.3. La responsabilidad social corporativa de la empresa
- 6.4. La ética empresarial

PARTE III: FORMULACIÓN E IMPLANTACIÓN DE ESTRATEGIAS

TEMA 7: ESTRATEGIAS ALTERNATIVAS. OPCIONES, DIRECCIONES Y MÉTODOS

- 7.1. Generación de alternativas. Etapas: opciones, direcciones y métodos
- 7.2. Estrategias competitivas genéricas. Otras clasificaciones de opciones genéricas
- 7.3. Direcciones de desarrollo estratégico
- 7.4. Métodos de desarrollo

TEMA 8: EVALUACIÓN E IMPLANTACIÓN DE ESTRATEGIAS

- 8.1. El proceso de evaluación y selección de estrategias
- 8.2. La implantación de la estrategia
- 8.3. El cambio organizativo

Programa Práctico

Evaluación

Para la evaluación habrá que realizar un examen, con el que se determinará el grado de conocimiento de los contenidos de la asignatura por parte del alumno. El examen constará de una serie de preguntas de tipo test y de unas cuestiones que permitan la aplicación de los contenidos estudiados en la asignatura. Además, podrá contribuir a la evaluación la elaboración, presentación en clase y entrega en documento escrito de aquellas actividades que puedan realizarse, de entre las que se vayan proponiendo durante el cuatrimestre.

Bibliografía
