

Plan 418 GRADO EN COMERCIO

Asignatura 41038 DIRECCION ESTRATEGICA. TOMA DE DECISIONES

Grupo 1

Tipo de asignatura (básica, obligatoria u optativa)

Optativa

Créditos ECTS

3 ECTS

Competencias que contribuye a desarrollar

Generales:

- G1. Demostrar poseer y comprender conocimientos en el área del Comercio a partir de la base de la educación secundaria general a un nivel que, apoyado en libros de texto avanzado, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia en el estudio de la actividad comercial.
- G2. Ser capaz de identificar los diferentes aspectos que afectan directa y globalmente a la actividad comercial de las empresas y saber aplicar el conjunto de conocimientos adquiridos a su trabajo o vocación de una forma profesional y poseer las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro del departamento comercial de una empresa en el contexto de una economía globalizada, dinámica y sujeta a un proceso de cambio e innovación tecnológica constante.
- G3. Tener la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes, dentro del área comercial, para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.
- G4. Poder transmitir en español y en otra lengua (inglés, francés o alemán), tanto de forma oral como escrita, información, ideas, conocimientos, problemas y soluciones del ámbito comercial, resultados de los análisis, propuestas de actuación o negocio, los fundamentos y razones últimas de los mismos, de forma clara, concisa y comprensible tanto a públicos especializados como no especializados.
- G5. Haber desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias que permitan al alumno continuar formándose en la actividad comercial y en otras facetas de la gestión empresarial con un alto grado de autonomía.
- G6. Adquirir una visión global y multicultural, aplicando los conocimientos y habilidades necesarias para organizar, dirigir y gestionar el área comercial de una empresa en el actual contexto económico.

Transversales:

- T1. Adquirir la habilidad de aprendizaje y conocimiento de la bibliografía así como de las fuentes permanentes de información documental y estadística que le doten de la capacidad necesaria para continuar estudiando, investigando o aprendiendo de forma permanente y autónoma.
- T2. Alcanzar las habilidades necesarias para una correcta utilización de las TIC (Tecnologías de la Información y la Comunicación) en el ámbito de estudio y contexto profesional, como una herramienta para la expresión y la comunicación, para el acceso a fuentes de información, como medio de archivo de datos y documentos, para tareas de presentación, aprendizaje, trabajo cooperativo y para la gestión de cualquier operación comercial.
- T4. Saber comportarse de manera íntegra y consecuente con los principios y valores personales y profesionales (compromiso ético) teniendo en cuenta los distintos instrumentos éticos puestos a su disposición. Esto implica conocer los instrumentos éticos que regulan sus actuaciones profesionales, actuar con integridad y rectitud ante cualquier situación, incluso en situaciones desfavorables para sus propios intereses, ser respetuosos con las normas y leyes sin necesidad de ser vigilados o controlados, así como saber reconocer, aceptar y responsabilizarse de los errores cometidos y de sus posibles consecuencias.
- T5. Adquirir la capacidad para trabajar en equipo, demostrando habilidad para coordinar personas y tareas concretas, aceptando o refutando mediante razonamientos lógicos los argumentos de los demás y contribuyendo con profesionalidad al buen funcionamiento y organización del grupo sobre la base del respeto mutuo.
- T6. Ser creativo, con iniciativa y espíritu emprendedor, consiguiendo la habilidad de ofrecer soluciones nuevas y diferentes ante problemas y situaciones convencionales, así como tener una buena predisposición a actuar de forma proactiva, poniendo en acción las ideas en forma de actividades y proyectos con el fin de explotar las oportunidades al máximo, asumiendo los riesgos necesarios.
- T7. Ser capaz tanto de reconocer situaciones nuevas (tanto en el entorno competitivo en el que va a desarrollar su labor profesional como en las metodologías de trabajo cambiantes), como de adaptarse a los cambios con versatilidad y flexibilidad.

T8. Saber desarrollar y mantener un trabajo de calidad de acuerdo a las normas y gestionar por procesos utilizando indicadores de calidad para su mejora continua, mediante la utilización de indicadores que evalúan el progreso y los resultados, mediante una planificación y realización correcta de las actividades, buscando la mejora de forma permanente en todo lo que se hace, y mediante la participación en los procesos de autoevaluación asumiendo responsabilidades tanto como evaluador como evaluado.

Específicas:

E1. Conocer los principios y fundamentos de marketing.

E3. Saber analizar y aplicar los conceptos, principios y técnicas para elaborar un plan de marketing.

E4. Desarrollar estrategias de marketing.

E10. Capacidad para identificar y evaluar oportunidades de negocio.

E22. Desarrollar la capacidad emprendedora y creación de empresas comerciales.

Objetivos/Resultados de aprendizaje

Una correcta toma de decisiones se basa en comprender las fases del proceso de la Dirección Estratégica.

Poder realizar un informe sobre la situación interna de la empresa y el perfil de su sector de actividad.

Determinar la estrategia más acorde a la posición de la empresa y a la situación de su sector de actividad.

Contenidos

Bloque 1. El proceso de dirección estratégica:

- Las cinco funciones de la Dirección Estratégica como un proceso continuo; el desempeño de estas funciones; directivos y planificadores estratégicos.

- El desarrollo de la visión y de la misión; el establecimiento de objetivos; la formulación de la estrategia; los factores que moldean una estrategia.; el vínculo entre la estrategia y la ética; los métodos (enfoques) para la formulación de la estrategia.

Bloque 2. El subproceso de análisis. Análisis interno y externo. Análisis de compañías diversificadas:

- El análisis DAFO; el análisis de la cadena de costes por actividades, el benchmarking comparativo y la subcontratación; la evaluación comparativa de la fuerza competitiva.

- Las características económicas dominantes del sector de actividad; las fuerzas competitivas; las barreras de entrada; las fuerzas motrices; la elaboración de mapas de grupos estratégicos; los factores claves del éxito.

Bloque 3. La configuración de la estrategia y su implantación:

- Las estrategias genéricas; las estrategias ofensivas y defensivas; la adaptación de la estrategia a la situación de la empresa; la estrategia de diversificación.

- El análisis de compañías diversificadas.

- La implantación de la estrategia.

Principios Metodológicos/Métodos Docentes

El profesor explicará la materia y resolverá las dudas que planteen los alumnos en aula.

Los alumnos trabajarán en grupo, resolviendo casos propuestos y analizando documentación facilitada por el profesor. Además, se les propondrá que recopilen información fuera del horario de clase. Al finalizar los trabajos, expondrán de forma aleatoria el número de grupos que estime conveniente el profesor.

Criterios y sistemas de evaluación

Se compone de varios métodos individualizados: seminarios, trabajo individual/grupal y examen final.

INSTRUMENTO / PROCEDIMIENTO

PESO EN LA NOTA FINAL

OBSERVACIONES

1. Para el alumnado que opte al inicio e la asignatura a un proceso de evaluación continua:

La participación en las prácticas (seminarios) de la signatura

30%

La realización y exposición de un trabajo individual/grupal

30%-40%

Trabajo sobre los temas propuestos por el profesor o por el alumnado.

Una prueba escrita sobre los conocimientos alcanzados en el estudio individual del alumnado

30%-40%

2. Para el alumnado que opte por una única evaluación final:

Una prueba escrita sobre los conocimientos alcanzados en el estudio individual del alumnado

60%-70%

La realización y exposición de un trabajo individual/grupal

30%-40%

Trabajo sobre los temas propuestos por el profesor o por el alumnado.

Los porcentajes de valoración podrían ajustarse en función de las eventualidades surgidas a lo largo del curso.

Recursos de aprendizaje y apoyo tutorial

Calendario y horario

- Cuatrimestre: primero.
- Horario: de 12:00 a 14:00 horas.
- Día de la semana: miércoles.
- Aula: 17.

Tabla de Dedicación del Estudiante a la Asignatura/Plan de Trabajo

CRONOGRAMA

BLOQUE TEMÁTICO

CARGA ECTS

PERIODO PREVISTO DE DESARROLLO

1

1

Semanas 1ª a 5ª

2

1

Semanas 6ª a 10ª

3

1

Semanas 11ª a 15ª

Responsable de la docencia (recomendable que se incluya información de contacto y breve CV en el que aparezcan sus líneas de investigación y alguna publicación relevante)

Luis Óscar Ramos Alonso (oscar@emp.uva.es).

Licenciado en ciencias Económicas y empresariales y doctor por el programa de doctorado de Ingeniería Industrial Subdirector de relaciones Internacionales de la E.U.de Estudios Empresariales director del Centro de Estudios de Asia de la Universidad de Valladolid. ha sido coordinador del Máster Universitario en Comercio Exterior.

Libros y capítulos de libros publicados:

- El Leasing. Estudio Financiero, Contable y Fiscal.
- La Crisis de Valores en la Gestión de Recursos Humanos en Japón.
- Traspasando Fronteras: El Reto de Asia y el Pacífico.
- La Mujer en el Japón. Nuevo Estatus Socio-laboral.
- Mujer y Cambio Social en Japón.
- Aspectos Culturales de la Dirección de Empresas en Japón.
- Hikikomori, NEET Y Freeter. De la Esperanza a la Desesperanza.
- La enseñanza de la Lengua china como lengua extranjera en España.
- Silencios y Rituales. Aspectos Culturales de la Negociación Japonesa.
- Las Bases para al Armonía en las Organizaciones Japonesas: la Conciencia Grupal y la Comunicación.

Artículos publicados:

- La Crisis de Valores en la Gestión de Recursos Humanos Japonesa.
- El Empleo en Japón: coordenadas para un Nuevo Siglo.
- Vietnam y la Doi Moi. La Pausada Transición al Mercado.
- Individualismo y Fin de la Reciprocidad en la Transición Hacia una Economía Informacional en Japón.
- The Role of Japanese Women. Past and Present.
- Las Universidades de Castilla y León ante el Reto del Espacio Europeo de Educación Superior. Un Análisis de su Competitividad y Eficiencia.
- La Conformación del Capitalismo Japonés. De la Era Meiji a la Etapa Posburbuja Especulativa.

-
- La recreación de la sociedad japonesa actual.
 - Productos globales para mercados globales

Premio de Investigación:

Premio de Investigación 2007 del Consejo Económico y Social de Castilla y León por el trabajo “Las Universidades de Castilla y León ante el Reto del Espacio Europeo de Educación Superior. Un Análisis de su Competitividad y Eficiencia”. Trabajo realizado por Juan Hernáñez Barahona, Natalia Martín Cruz, Luis Borge González, Juan José de Benito Martín, Baudelio Urueña Gutiérrez, M^a Adoración Revuelta Llorente y Luis Óscar Ramos Alonso

Idioma en que se imparte

Español
