

FICHA TÉCNICA DE LA ASIGNATURA

Denominación de la asignatura	DIRECCIÓN ESTRATÉGICA. TOMA DE DECISIONES		
Materia	Organización de Empresas III		
Módulo	Iniciativa emprendedora		
Titulación	GRADO EN COMERCIO		
Plan	418	Código	41038
Periodo de impartición	Cuatrimestre 1º	Tipo/Carácter	Optativa
Nivel/Ciclo	GRADO	Curso	
Créditos ECTS	3		
Lengua en que se imparte	Español		
Profesores responsables	Luis Óscar Ramos Alonso		
Datos de contacto	oscar@emp.uva.es		
Horario de tutorías	Las indicadas en la web de la UVa.		
Departamento	Organización de Empresas y C.I.M.		
Área de conocimiento	Organización de Empresas		

SITUACIÓN / SENTIDO DE LA ASIGNATURA

Contextualización	Se imparte al final del Grado cuando el alumno ha alcanzado una visión general del mismo.
Relación con otras materias	Es un asignatura transversal basada en el conocimiento de la empresa y del sector para la correcta toma de decisiones
Prerrequisitos	Ninguno

CONTRIBUCIÓN AL DESARROLLO DE COMPETENCIAS

Generales	<ul style="list-style-type: none"> 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
-----------	--

	<p>incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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.
<p>Transversales</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 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	<ul style="list-style-type: none"> • 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 GENERALES DE LA ASIGNATURA

La gestión de la empresa ha de orientarse al largo plazo y esto sólo se consigue a través de un enfoque estratégico. El estudio del proceso de la Dirección Estratégica, y su comprensión, van a ser fundamentales para una correcta toma de decisiones. El objetivo general es el de formar profesionales en el ámbito de los negocios, gestores del cambio y de las oportunidades, tal que a través de una asignación eficiente de recursos y un nítido liderazgo se obtenga un bien o se oferte un servicio de calidad, optimizando de esta forma las necesidades de la sociedad en general.

TABLA DE DEDICACIÓN DEL ALUMNO A LA ASIGNATURA

HORAS PRESENCIALES			
Clases teóricas	Clases prácticas	Actividades académicamente dirigidas	Evaluación
15	15		3
HORAS NO PRESENCIALES			
Trabajo autónomo sobre contenidos teóricos	Trabajo autónomo sobre contenidos prácticos	Realización de trabajos , informes, memorias, ...	Preparación orientada a la evaluación
14	14	7	7

BLOQUES TEMÁTICOS

BLOQUE 1. El proceso de la Dirección Estratégica	
Contextualización y justificación	Una correcta toma de decisiones se basa en comprender las fases del proceso de la Dirección Estratégica.
Objetivos de aprendizaje	Comprender el proceso de la Dirección Estratégica (de la toma de decisiones) para conseguir crear, e implementar posteriormente, la estrategia más apropiada.
Contenidos	<ul style="list-style-type: none"> • 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.
Métodos docentes	Lección magistral, seminarios prácticos, realización de un trabajo individual/grupal y exposición del mismo.
Plan de trabajo	<ul style="list-style-type: none"> • El profesor explicará la materia y resolverá las dudas que planteen los alumnos en el 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.
Evaluación	Se compone de varios métodos individualizados: seminarios, trabajo individual/grupal y examen final.
Bibliografía básica	<ul style="list-style-type: none"> Apuntes de la signatura y otra documentación proporcionados por el profesor. THOMPSON, A. A. y STRICKLAND. A. J. (2004): <i>Administración Estratégicas, Conceptos y casos</i>, 13ª edición, ImcGrawhill, México D.F.
Bibliografía complementaria	<ul style="list-style-type: none"> HITT, Michael A., IRELAND, R. Duane y HOSKISSON, Robert, E. (2008): <i>Administración Estratégica. Competitividad y Globalización</i>, 7ª edición, Cengage Learning Editores, México, D.F. GUERRAS MARTÍN, Luis Ángel y NAVAS LÓPEZ, José Emilio (2007): <i>La Dirección Estratégica de la Empresa. Teoría y Aplicaciones</i>, 4ª edición, Thomson Civitas, Pamplona. HILL, Cherles W. y GARETH R. Jones 8(2004): <i>Administración estratégica. Un enfoque Integrado</i>, 6ª edición, McGraw-Hill., México D.F. WHELLEN, Thomas L. HUNGER, J. David (2007): <i>Administración Estratégica de Negocios. Conceptos y Casos</i>, 10ª edición, Pearson Prentice may, Naucalpan de Juárez, México.
Recursos necesarios	<ul style="list-style-type: none"> Los libros de texto recomendados. La información complementaria proporcionada por el profesor y en las actividades complementarias.
Carga de trabajo en créditos ECTS	1 ECTS

BLOQUE 2. El subproceso de análisis. Análisis interno y externo. Análisis de compañías diversificadas	
Contextualización y justificación	El proceso de la toma de decisiones está basado en el subproceso de análisis.
Objetivos de aprendizaje	Poder realizar un informe sobre la situación interna de la empresa y el perfil de su sector de actividad.
Contenidos	<ul style="list-style-type: none"> El análisis DAFO; el análisis de la cadena de costes por actividades, el <i>benchmarking</i> 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.
Métodos docentes	Lección magistral, seminarios prácticos, realización de un trabajo individual/grupal y exposición del mismo.
Plan de trabajo	<ul style="list-style-type: none"> El profesor explicará la materia y resolverá las dudas que planteen los alumnos en el 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.
Evaluación	Se compone de varios métodos individualizados: seminarios, trabajo individual/grupal y examen final.

Bibliografía básica	<ul style="list-style-type: none"> Apuntes de la signatura y otra documentación proporcionados por el profesor. THOMPSON, A. A. y STRICKLAND. A. J. (2004): <i>Administración Estratégicas, Conceptos y casos</i>, 13ª edición, ImcGrawhill, México D.F.
Bibliografía complementaria	<ul style="list-style-type: none"> HITT, Michael A., IRELAND, R. Duane y HOSKISSON, Robert, E. (2008): <i>Administración Estratégica. Competitividad y Globalización</i>, 7ª edición, Cengage Learning Editores, México, D.F. GUERRAS MARTÍN, Luis Ángel y NAVAS LÓPEZ, José Emilio (2007): <i>La Dirección Estratégica de la Empresa. Teoría y Aplicaciones</i>, 4ª edición, Thomson Civitas, Pamplona. HILL, Chelres W. y GARETH R. Jones 8(2004): <i>Administración estratégica. Un enfoque Integrado</i>, 6ª edición, McGraw-Hill., México D.F. WHELLLEN, Thomas L. HUNGER, J. David (2007): <i>Administración Estratégica de Negocios. Conceptos y Casos</i>, 10ª edición, Pearson Prentice may, Naucalpan de Juárez, México.
Recursos necesarios	<ul style="list-style-type: none"> Los libros de texto recomendados. La información complementaria proporcionada por el profesor y en las actividades complementarias.
Carga de trabajo en créditos ECTS	1 ECTS

BLOQUE 3. La configuración de la estrategia y su implantación	
Contextualización y justificación	La elección de la estrategia más apropiada es básica para una correcta toma de decisiones.
Objetivos de aprendizaje	Determinar la estrategia más acorde a la posición de la empresa y a la situación de su sector de actividad.
Contenidos	<ul style="list-style-type: none"> 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.
Métodos docentes	Lección magistral, seminarios prácticos, realización de un trabajo individual/grupal y exposición del mismo.
Plan de trabajo	<ul style="list-style-type: none"> 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.
Evaluación	Se compone de varios métodos individualizados: seminarios, trabajo individual/grupal y examen final.
Bibliografía básica	<ul style="list-style-type: none"> Apuntes de la signatura y otra documentación proporcionados por el profesor. THOMPSON, A. A. y STRICKLAND. A. J. (2004): <i>Administración Estratégicas, Conceptos y casos</i>, 13ª edición, ImcGrawhill, México D.F.
Bibliografía complementaria	<ul style="list-style-type: none"> HITT, Michael A., IRELAND, R. Duane y HOSKISSON, Robert, E. (2008): <i>Administración Estratégica. Competitividad y Globalización</i>, 7ª edición, Cengage Learning Editores, México, D.F. GUERRAS MARTÍN, Luis Ángel y NAVAS LÓPEZ, José Emilio

	<p>(2007): <i>La Dirección Estratégica de la Empresa. Teoría y Aplicaciones</i>, 4ª edición, Thomson Civitas, Pamplona.</p> <ul style="list-style-type: none"> HILL, Charles W. y GARETH R. Jones (2004): <i>Administración estratégica. Un enfoque Integrado</i>, 6ª edición, McGraw-Hill., México D.F. WHELLEN, Thomas L. HUNGER, J. David (2007): <i>Administración Estratégica de Negocios. Conceptos y Casos</i>, 10ª edición, Pearson Prentice hall, Naucalpan de Juárez, México.
Recursos necesarios	<ul style="list-style-type: none"> Los libros de texto recomendados. La información complementaria proporcionada por el profesor y en las actividades complementarias.
Carga de trabajo en créditos ECTS	1 ECTS

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

EVALUACIÓN – TABLA RESUMEN

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 asignatura	40%	Deberán entregarse un mínimo de prácticas para que este apartado pueda ser evaluado.
Una prueba escrita sobre los conocimientos alcanzados en el estudio individual del alumnado, en relación con los contenidos de todos los bloques temáticos de la asignatura	60%	Esta prueba es obligatoria. Es preciso obtener una calificación mínima equivalente al 20% del total de puntos asignados a esta prueba para poder aprobar la asignatura.
2. Para el alumnado que opte por una única evaluación final:		
Una prueba escrita sobre los conocimientos alcanzados en el estudio individual del alumnado, en relación con los contenidos de todos los bloques temáticos de la asignatura	100%	Esta prueba es obligatoria. Es preciso obtener una calificación mínima equivalente al 40% del total de puntos asignados a esta prueba para poder aprobar la asignatura.

CONSIDERACIONES FINALES

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