



Proyecto docente de la asignatura

Asignatura	Dirección Estratégica		
Materia	Organización de Empresas		
Módulo			
Titulación	Grado en Marketing e Investigación de Mercados		
Plan	467	Código	45624
Periodo de impartición	Semestre 1	Tipo/Carácter	Obligatoria
Nivel/Ciclo	Grado	Curso	4
Créditos ECTS	6		
Lengua en que se imparte	Español		
Profesor/es responsable/s	Juan Hernangómez Barahona Víctor Hermano Rebolledo		
Departamento(s)	Organización de Empresas y CIM		
Datos de contacto (E-mail, teléfono...)	jhernan@eco.uva.es / 983 42 33 35 victor.hermano@uva.es / 983 18 4560		



1. Situación / Sentido de la Asignatura

1.1 Contextualización

La “Dirección estratégica” es una asignatura de formación básica, que se imparte en el 1º semestre del cuarto curso del Grado en Administración y Dirección de Empresas. Consta de 6 créditos ECTS, con 2'4 créditos de actividades presenciales (60 horas) –de los que 1'1 corresponden a clases teóricas, 1'1 a clases prácticas, seminarios, laboratorios y 0'2 a evaluación- y 3'6 créditos de actividades no presenciales (90 horas).

Con esta asignatura, la última en la que propiamente se aborda el estudio específico de la empresa, se pretende que el alumno recupere los conocimientos adquiridos sobre la empresa en los otros cursos del grado para ser capaz de tomar decisiones para el conjunto de la empresa, teniendo en cuenta todos los aspectos parciales concernidos por ese tipo de decisiones. Se atiende así a una empresa como unidad de decisión, en la que es fundamental el desarrollo de la actividad directiva. Los conocimientos y competencias que aquí se proporcionen al alumno constituyen, por tanto, un compendio de las capacidades y conocimientos adquiridos a lo largo de sus primeros estudios universitarios. La asignatura tiene un carácter mixto teórico-práctico, aunque con una tendencia hacia lo práctico y la realización de casos que supone la toma de decisiones directivas.

1.2 Relación con otras materias

Se trata de una asignatura básica y esencial para finalizar los estudios de grado relativos a la empresa y para poder optar a estudios universitarios superiores

1.3 Prerrequisitos

Se necesitan conocimientos en profundidad de la asignatura Introducción a la Economía de la Empresa, así como, de las direcciones funcionales en la empresa: financiación e inversión de la empresa; comercialización e investigación de mercados; dirección de recursos humanos y dirección de operaciones; así como otras materias complementarias: macroeconomía, sociología, contabilidad y algo de estadística. Capacidad lógica y de toma de decisiones.



2. Competencias

2.1 Generales

G4. Poder transmitir (oralmente y por escrito) información, ideas, problemas y soluciones relacionados con asuntos económicos-empresariales, a públicos especializados y no especializados de forma, ordenada, concisa, clara, sin ambigüedades y siguiendo una secuencia lógica.

G5. Poseer las habilidades de aprendizaje necesarias que permitan emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.

2.2 Específicas

E1. Entender las bases teóricas, tanto de la economía general como de la economía y estrategia empresarial, la formación de los precios y la naturaleza de los hechos económicos, el proceso de dirección y las áreas funcionales de la empresa, a la vez que manejar los métodos cuantitativos esenciales y dominar los fundamentos sociales, históricos y jurídicos de la actividad económica y la dirección de marketing.

E2. Conocer el comportamiento de los agentes económicos y las organizaciones (empresas, economías domésticas, entidades no lucrativas, sector público,...) y el funcionamiento de los mercados, junto con los factores relevantes a la hora de adoptar decisiones.

E3 Conocer los instrumentos y herramientas disponibles, así como sus ventajas e inconvenientes, para diseñar políticas y estrategias empresariales en el ámbito general de la organización o en cuanto a financiación e inversión, operaciones, capital humano y comercialización, a la vez que comprender sus efectos sobre los objetivos empresariales y el reflejo contable de sus resultados.

E4. Conocer los elementos clave para el asesoramiento científico y técnico en la administración y dirección de empresas y otras organizaciones de acuerdo con las necesidades sociales, los objetivos correspondientes, la legislación vigente y la responsabilidad social de las empresas.

E5. Administrar una empresa u organización de pequeño tamaño, o un departamento en una empresa u organización de mayor dimensión, tanto en el ámbito del sector privado como en el marco del sector público, logrando una adecuada posición competitiva e institucional y resolviendo los problemas más habituales en su dirección y gestión.

E6. Recopilar e interpretar diversas fuentes de información (bibliográficas, estadísticas, etc.) mediante diferentes herramientas.

E7. Redactar proyectos y planes de dirección global o referida a áreas funcionales de las organizaciones, incluyendo, en su caso, propuestas de mejora.

E8. Elaborar informes de asesoramiento en el ámbito de la administración y dirección de empresas y otras organizaciones.



3. Objetivos

- Identificar las oportunidades y amenazas que la empresa recibe de su entorno para el futuro.
- Identificar las ventajas y desventajas competitivas de la empresa en comparación con sus competidores
- Ser capaces de tomar decisiones para el futuro sobre los objetivos a alcanzar por la empresa, a partir del objetivo principal de creación de valor.
- Ser capaces de elegir entre las diversas alternativas estratégicas que se le presentan a la empresa en la búsqueda de la consecución de los objetivos previamente decididos
- Analizar la puesta en marcha de la estrategia elegida y su influencia en el funcionamiento interno de la propia empresa.

4. Contenidos

Bloque 1: “CONCEPTOS DE DIRECCIÓN ESTRATÉGICA”

- Concepto de estrategia
- Niveles de decisión estratégicos
- Concepto de unidad estratégica de negocio
- El proceso de la dirección estratégica de la empresa.

Bloque 2: “EL ANÁLISIS DEL ENTORNO”

- Entorno general: el método de escenarios
- Entorno sectorial: fuerzas competitivas de Porter
- Análisis interno: nivel de negocio y nivel corporativo
- DAFO

Bloque 3: “EL OBJETIVO DE LA EMPRESA: LA CREACIÓN DE VALOR”

- La relación entre los criterios de objetivos
- Crecimiento: Atributos, cotas y ponderación
- Rentabilidad: Atributos, cotas y ponderación
- Seguridad: Atributos, cotas y ponderación

Bloque 4: “LAS ALTERNATIVAS ESTRATÉGICAS”

- Alternativas estratégicas:
 1. Estrategias básicas



2. Direcciones estratégicas
3. Métodos de desarrollo

Criterios de elección:

1. Oportunidad
2. Factibilidad
3. Aceptabilidad

Criterios de ejecución

5. Métodos docentes y principios metodológicos

Clase Magistral para la exposición de los contenidos básicos de cada tema.

Dinámica de grupos con objeto de que el alumno trabaje en equipo los contenidos del bloque temático.

Análisis de casos de empresas (reales o hipotéticos) para la aplicación práctica de los contenidos básicos previamente revisados y que deberán ser conocidos por el alumno.

Trabajo de documentación que enriquecerá el desarrollo de las clases magistrales y, sobre todo, el de las clases prácticas.

Audiovisuales que proporcionarán al alumno ejemplos acerca de alguna de las cuestiones abordadas en el bloque temático.

**6. Tabla de dedicación del estudiante a la asignatura**

ACTIVIDADES PRESENCIALES	HORAS	ACTIVIDADES NO PRESENCIALES	HORAS
Clases teórico-prácticas (T/M)	27.5	Estudio y trabajo autónomo individual	60
Clases prácticas de aula (A), Laboratorios (L), Prácticas externas o de campo, Seminarios (S), Tutorías grupales (TG)	27.5	Estudio y trabajo autónomo grupal	30
Evaluación	5		
Total presencial	60	Total no presencial	90

7. Sistema y características de la evaluación

INSTRUMENTO/PROCEDIMIENTO	PESO EN LA NOTA FINAL	OBSERVACIONES
PARTE A: Una prueba presencial al final del semestre, que permita evaluar que el alumno conoce los diversos contenidos de la asignatura y que es capaz de utilizarlos de forma aplicada en la empresa. Dicha prueba contará con: - Preguntas objetivas de tipo test - Caso de empresa a resolver	60%	La puntuación de esta prueba se distribuirá del siguiente modo: 30% corresponderá a las preguntas objetivas de tipo test (prueba eliminatoria) y el 70% restante al caso de empresa.
PARTE B: Los proyectos, trabajos, resolución de casos o problemas que, para los distintos bloques temáticos y a propuesta del profesor, lleve a cabo el alumno en grupo (según indicación del profesor), así como su presentación, análisis y entrega en el aula. Se valorarán, además de la utilización y aplicación de los contenidos de la asignatura, las siguientes competencias y habilidades: - Búsqueda, análisis y selección de información, síntesis, comunicación oral y escrita, trabajo en equipo, participación.	40%	La valoración de estas actividades podrá ser positiva o negativa, en caso de mala praxis.



8. Consideraciones finales

- La bibliografía básica que se relaciona con cada bloque temático que se expondrá y debatirá en las clases magistrales (teóricas y aplicadas) deberá ser preparada por el estudiante con anterioridad al comienzo de cada sesión presencial. Este requisito permitirá al estudiante la comprensión, participación activa en todas las sesiones de la asignatura y el aprendizaje colaborativo e incremental.
- Alguno de los artículos de prensa que se trabajen podrá estar redactado en inglés.
- Los sistemas de evaluación establecidos serán de aplicación en las dos convocatorias de la asignatura (ordinaria y extraordinaria).

