

**Guía docente de la asignatura (PROVISIONAL, pendiente de revisión)**

Asignatura	DIRECCION ESTRATEGICA II		
Materia	DIRECCION GENERAL		
Módulo	DIRECCION ESTRATEGICA		
Titulación	MÁSTER EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS		
Plan	620	Código	54518
Periodo de impartición	SEGUNDO CUATRIMESTRE	Tipo/Carácter	OBLIGATORIA
Nivel/Ciclo	MASTER	Curso	1º
Créditos ECTS	3		
Lengua en que se imparte	Español – Inglés		
Profesor/es responsable/s	Natalia Martín Cruz		
Datos de contacto (E-mail, teléfono...)	ambiela@eco.uva.es		
Horario de tutorías	lunes, martes y miércoles (12-14)		
Departamento	Organización de Empresas y Comercialización e Investigación de Mercados		

1. Situación / Sentido de la Asignatura**1.1 Contextualización**

Dirección estratégica II es una asignatura de formación obligatoria, que se imparte en el 2º cuatrimestre del Máster en Administración de Empresas. Consta de 3 créditos ECTS, con 30 horas de actividades presenciales y 45 horas de actividades no presenciales.

Con esta asignatura, se pretende que el estudiante sea capaz de tomar decisiones acerca de los objetivos que le permitan a la empresa generar valor a largo plazo y de forma sostenible. Igualmente, se transmitirán conceptos y se trabajará en competencias que le permitan identificar y valorar estrategias que sean conducentes a los objetivos previamente identificados.

1.2 Relación con otras materias

Esta asignatura es la segunda parte de la Dirección Estratégica que se ha iniciado con la asignatura Dirección Estratégica I en el primer cuatrimestre. Además, esta asignatura está relacionada con todas las que se imparten en el MBA por cuanto el análisis del entorno de la empresa se beneficia del conocimiento adquirido por los estudiantes en las asignaturas que contemplan las diferentes áreas de la empresa: producción, recursos humanos, finanzas, contabilidad y marketing. Al igual que se complementa con el conocimiento de asignaturas sobre legislación, técnicas cuantitativas o dirección por proyectos.

1.3 Prerrequisitos

Los de acceso al MBA.



2. Competencias

- G1. Proporcionar capacidad de liderazgo. Ser capaz de comprender y aplicar el liderazgo estratégico para transformar organizaciones. Poseer creatividad, rigor intelectual, independencia e iniciativa personal y profesional para proponer y emprender proyectos.
- G2. Ser capaz de llevar a cabo procesos de aprendizaje continuo, integrando nuevos conocimientos con la experiencia y el aprendizaje previo.
- G3. Poseer habilidades de apreciación del entorno, comprendiendo las organizaciones y el contexto en el que operan. Disponer de herramientas de decisión para aplicar capacidades estratégicas avanzadas en contextos nuevos, cambiantes, globalizados o multidisciplinares.
- G4. Disponer de capacidad de reflexión a partir de la integración de aprendizajes en diferentes áreas para saber abordar situaciones complejas.
- G5. Inculcar métodos de análisis, síntesis y resolución de problemas en situación de incertidumbre e información limitada. Formular juicios y tomar buenas decisiones a partir de información incompleta, integrando conocimientos e incluyendo reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas.
- G7. Mejorar la capacidad de comunicación ante todo tipo de audiencias y utilizando diferentes soportes.
- E3. Conocer la teoría de la organización, comportamiento organizativo, gestión de personas y comunicación interpersonal.
- E4. Saber abordar procesos y problemas de gestión, tanto a nivel operativo como estratégico.
- E5. Utilizar una variedad de herramientas de investigación en el ámbito de los negocios y capacidades de consultoría.
- E6. Valorar el impacto del entorno en las organizaciones. En particular, del sistema jurídico, así como los cambios éticos, económicos, tecnológicos, sociales y político-legales.
- E7. Poseer capacidad para responder y gestionar los cambios dentro de la empresa.
- E8. Conocer los principales principios de estrategia de la empresa.
- E9. Fomentar el liderazgo en el seno del equipo directivo de la empresa y espíritu emprendedor.
- E10. Adquirir una comprensión de la importancia de la creatividad, la innovación y los negocios en red para la dirección estratégica de las organizaciones.
- E11. Ser capaz de percibir las implicaciones de la globalización y la sostenibilidad para la dirección estratégica de las organizaciones.
- E12. Apreciar la dimensión internacional de los negocios, incluyendo aspectos como el riesgo político, la regionalización, los mercados emergentes o el gobierno global.

2.1 Generales

G1, G2, G3, G4, G5, G7

2.2 Específicas

E3, E4, E5, E6, E7, E8, E9, E10, E11, E12



3. Objetivos

- 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.
- Concretar ese objetivo a través de medidas de crecimiento, rentabilidad y seguridad.
- 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. Tabla de dedicación del estudiante a la asignatura

ACTIVIDADES PRESENCIALES	HORAS	ACTIVIDADES NO PRESENCIALES	HORAS
Clase teórica	10	Estudio y trabajo autónomo individual	20
Estudio y análisis de casos	20	Estudio y trabajo autónomo grupal	25
Total presencial	30	Total no presencial	45

5. Bloques temáticos

Bloque 1: EL OBJETIVO DE LA EMPRESA: LA CREACIÓN DE VALOR

Carga de trabajo en créditos ECTS:

a. Contextualización y justificación

En este bloque, se pretende que el estudiante sea capaz de tomar decisiones acerca de los objetivos que le permitan a la empresa generar valor a largo plazo y de forma sostenible.

b. Objetivos de aprendizaje

- 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.
- Concretar ese objetivo a través de medidas de crecimiento, rentabilidad y seguridad.

c. Contenidos

Se puede admitir, véase la literatura actual sobre empresa, que existe un objetivo único para todas las empresas que, luego, se especifica para cada una de ellas; ese objetivo es la creación de valor, valor que deberá ser repartido entre los diferentes participantes de la empresa.

Ese objetivo genérico se suele desagregar en criterios como son el crecimiento, la rentabilidad y la seguridad; es preciso que, en función de la situación actual de la empresa y de los pronósticos realizados, los estudiantes pueden marcar criterios concretos de objetivos para el futuro. Todo ello supone un proceso de toma de decisiones.



Bloque 2: LAS ALTERNATIVAS ESTRATÉGICAS

Carga de trabajo en créditos ECTS:

a. Contextualización y justificación

En este bloque, se transmitirán conceptos y se trabajará en competencias que le permitan identificar y valorar estrategias que sean conducentes a los objetivos previamente identificados.

b. Objetivos de aprendizaje

- 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.

c. Contenidos

Una vez que se ha decidido a dónde quiere ir la empresa en el futuro, toca analizar los diversos caminos que la empresa puede recorrer para alcanzar dicho futuro. Ello supone estudiar las distintas alternativas estratégicas que se le pueden presentar a la empresa. Este análisis se debe realizar en tres niveles: estrategias básicas, direcciones estratégicas y métodos de desarrollo. Una vez planteadas las alternativas se desarrollan los criterios que permitirán elegir aquella que mejor pueda conducir a la empresa a alcanzar los objetivos previamente determinados. Se valorará de forma preliminar la mejor alternativa para ejecutar la estrategia elegida.

Ambos bloques:

d. Bibliografía básica

GUERRAS MARTÍN, L.A. y NAVAS LÓPEZ, J.E.: "La dirección estratégica de la empresa. Teoría y aplicaciones", Ed. Civitas – Thomson Reuters; Madrid 2015

GUERRAS MARTÍN, L.A. y NAVAS LÓPEZ, J.E.: "Casos de Dirección Estratégica de la Empresa", Ed. Civitas– Thomson Reuters; Madrid 2014

JOHNSON, G.; SCHOLLES, K. Y WHITTINGTON, R.: "Fundamentos de estrategia", Ed. Pearson – Prentice Hall, Madrid 2010

NAVAS LÓPEZ, J.E. y GUERRAS MARTÍN, L.A.: "Fundamentos de dirección estratégica de la empresa", Ed. Civitas– Thomson Reuters; Madrid 2016

e. Recursos necesarios

- Aula preparada con mesas móviles
- Aula con cañón de proyección y conexión a internet.
- Pizarra

**6. Temporalización (por bloques temáticos)**

BLOQUE TEMÁTICO	CARGA ECTS	PERIODO PREVISTO DE DESARROLLO
EL OBJETIVO DE LA EMPRESA: LA CREACIÓN DE VALOR	1	2 semanas
LAS ALTERNATIVAS ESTRATÉGICAS	2	4 semanas

7. Tabla resumen de los instrumentos, procedimientos y sistemas de evaluación/calificación

INSTRUMENTO/PROCEDIMIENTO	PESO EN LA NOTA FINAL
Casos prácticos grupales	50%
Examen (test + caso)	50%

La forma de calificación será igual en las dos convocatorias.

8. Curriculum vitae

Natalia Martín Cruz is Full Professor of Strategy and Management (from 2019), PhD, University of Valladolid, Spain, 2000; BA, University of Valladolid, Spain, 1993. Her research areas are entrepreneurship, alliances, nonprofits strategy and corporate governance, teamwork, pharmaceutical regulation, health economics. She has been head of the Department of Management and Marketing, University of Valladolid (from 2008-2016) and ViceChancellor for Strategic Management and Quality (from 2016-). Her teaching is focused on entrepreneurship, corporate strategy, strategy analysis, organization theory, teamwork, on-line simulation. She has published in Research Policy, Journal of Small Business Management, Journal of Knowledge Management, World Development, International Journal of Project Management, Journal of Business Research, among others. She has experience in consulting for Junta de Castilla y León, AVEBIOM, European Business and Innovation Centre Networks or the Office of Foreign Affairs. She has been visiting scholar in the University of California at Berkeley and Stanford University and has taught with the Erasmus Program in the Copenhagen Business School (Denmark), Business School of Innsbruck (Austria), École des Hautes Études Commerciales, HEC (Liège, Belgium), Linneaus Univeristy (Sweden).