

Proyecto/Guía docente de la asignatura

Se debe indicar de forma fiel cómo va a ser desarrollada la docencia. Esta guía debe ser elaborada teniendo en cuenta a todos los profesores de la asignatura. Conocidos los espacios y profesorado disponible, se debe buscar la máxima presencialidad posible del estudiante siempre respetando las capacidades de los espacios asignados por el centro y justificando cualquier adaptación que se realice respecto a la memoria de verificación. Si la docencia de alguna asignatura fuese en parte online, deben respetarse los horarios tanto de clase como de tutorías). La planificación académica podrá sufrir modificaciones de acuerdo con la actualización de las condiciones sanitarias.

Asignatura	Dirección Estratégica		
Materia	Organización de Empresas		
Módulo			
Titulación	Grado en Administración y Dirección de Empresas Grado en Marketing e Investigación de Mercados Doble grado en Administración y Dirección de Empresas y Derecho		
Plan	466 / 467 / 482	Código	45409 / 45624 / 46414
Periodo de impartición	Primer cuatrimestre	Tipo/Carácter	OB
Nivel/Ciclo	Grado	Curso	4º / 6º
Créditos ECTS	6		
Lengua en que se imparte	Español		
Profesor/es responsable/s	<p>Víctor Hermano Rebolledo Profesor Contratado Doctor en Organización de Empresas Despacho: Departamento de Organización de Empresas y CIM, primer piso, despacho 151.</p> <p>Isabel Prieto Pastor Profesora Titular de Universidad en Organización de Empresas Despacho: Departamento de Organización de Empresas y CIM, primer piso, despacho 157.</p>		
Datos de contacto (E-mail, teléfono...)	victor.hermano@uva.es / 98318 4560 isabo@eco.uva.es / 98342 3951		
Departamento	Organización de Empresas y CIM		

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 de los *Grados en Administración y Dirección de Empresas y Marketing e Investigación de Mercados*, así como en sexto curso del *doble Grado en Administración y Dirección de Empresas y Derecho*. Consta de 6 créditos ECTS, con 2’4 créditos de actividades presenciales (60 horas) –de los que 1’5 corresponden a clases teóricas, 0’7 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.

E3. 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.

E4 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.

E5. 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.

E7. 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.

E8. Recopilar e interpretar diversas fuentes de información (bibliográficas, estadísticas, etc.) mediante diferentes herramientas.

E11. Redactar proyectos y planes de dirección global o referida a áreas funcionales de las organizaciones, incluyendo, en su caso, propuestas de mejora.

E12. Elaborar informes de asesoramiento en el ámbito de la administración y dirección de empresas y otras organizaciones.

2.3. Transversales

T1. Capacidad para comunicarse de forma fluida, tanto oral como escrita, en castellano.

T3. Alcanzar las habilidades propias del manejo básico de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TICs).

T4. Demostrar capacidad intelectual para el pensamiento analítico y la interpretación económico-empresarial de documentos, bases de datos e informaciones sociales, así como desarrollar un espíritu crítico ante el saber establecido.

T5. Adquirir la capacidad para trabajar en equipo, demostrando habilidad para coordinar personas y tareas concretas, y contribuyendo con profesionalidad al buen funcionamiento y organización del grupo, sobre la base del respeto mutuo.

T6. Gestionar de forma eficiente el tiempo, así como planificar y organizar los recursos disponibles estableciendo prioridades y demostrando capacidad para adoptar decisiones y afrontar dificultades cuando éstas aparezcan.

T7. Adquirir un compromiso ético en el ejercicio de la profesión.

T8. Desarrollar una actitud favorable al cambio y poseer una alta capacidad de adaptación (flexibilidad).

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 y/o bloques temáticos

Bloque 1: CONCEPTOS DE DIRECCIÓN ESTRATÉGICA

Carga de trabajo en créditos ECTS:

a. Contextualización y justificación

Para atender al sentido de esta asignatura y a los objetivos establecidos para la misma, es preciso abordar los conceptos imprescindibles para continuar desarrollando el resto de bloques que componen el contenido de la misma. El propio concepto de estrategia, los niveles de la misma y la idea de unidad estratégica de negocio son importantes en este primer paso.

Para todo ello será imprescindible que el alumno conozca con profundidad estas ideas que le permitan, más adelante, desarrollar un pensamiento crítico, que sea aplicable a la recogida, interpretación y análisis de diferentes problemas empresariales.

b. Objetivos de aprendizaje

- ✓ Identificar y comprender los conceptos fundamentales de la dirección estratégica de la empresa.
- ✓ Comprender la naturaleza del sistema empresarial, en sus distintos niveles, a la hora de tomar decisiones
- ✓ Comprender y distinguir el concepto de unidad estratégica de negocio de otros conceptos que puedan confundirse.
- ✓ Desarrollar un pensamiento crítico aplicado a la recogida, interpretación y análisis de problemas en la empresa.

c. Contenidos

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

d. Métodos docentes

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.

e. Plan de trabajo

El plan de trabajo previsto para el desarrollo de los diferentes contenidos incluidos en este bloque temático es el siguiente:

Se empezará con **Clases Magistrales de contenido teórico**, de manera que se le puedan proporcionar al alumno los contenidos básicos de cada tema y las indicaciones necesarias para que pueda abordar su estudio. Se le proporcionarán también las pautas suficientes para que pueda llevar a cabo el trabajo de documentación necesario, con el que se podrán enriquecer tanto las clases magistrales como las clases prácticas. Se trabajará con audiovisuales en aquellas cuestiones en las que se considere de relevancia para una mejor comprensión de la cuestión teórica abordada.

En las **clases prácticas** se recurrirá a dinámicas de grupo, con objeto de que el alumno trabaje en equipo los contenidos previamente abordados y que habrá tenido que estudiar, los análisis de casos, de manera que el alumno desarrolle la aplicación de dichos contenidos en diferente situaciones de empresas reales o hipotéticas y aprenda a analizarlos, resolverlos y presentarlos (tanto oralmente como por escrito), y audiovisuales, que permitan ver aplicaciones prácticas de alguno de los contenidos abordados.

f. Evaluación

La evaluación comprende:

- Una prueba presencial al final del semestre, que contará con preguntas objetivas de tipo test y preguntas de desarrollo escrito aplicadas a casos hipotéticos o reales de empresa. Dicha prueba evaluará no sólo los contenidos relativos a este bloque sino el conjunto de contenidos de la asignatura.
- Los proyectos, trabajos, resolución de casos o problemas que, en relación con los contenidos de este bloque y a propuesta del profesor, lleve a cabo el alumno, sea de forma individual o en grupo (según indicación del profesor), así como su presentación, análisis y entrega en el aula. Resulta, por tanto, relevante la participación del alumno en el aula.

g. Bibliografía básica

NAVAS LÓPEZ, J.E. y GUERRAS MARTÍN, L.A.: “Fundamentos de dirección estratégica de la empresa”, Ed. Civitas – Thomson Reuters; Madrid 2012. Capítulo 1

JOHNSON, G.; SCHOLLES, K. Y WHITTINGTON, R.: “Fundamentos de estrategia”, Ed. Pearson – Prentice Hall, Madrid 2010. Capítulo 1. Introducción a la estrategia

h. Bibliografía complementaria

Lectura diaria de la prensa

i. Recursos necesarios

Aula con sillas móviles, pizarra, cañón de proyección, ordenador, software para presentaciones, recursos para la proyección de audiovisuales, biblioteca y hemeroteca, foro, tutorías y autoevaluación.

Bloque 2: EL ANÁLISIS DEL ENTORNO

a. Contextualización y justificación

La dirección estratégica supone mirar hacia delante y hacia fuera, de ahí la importancia del análisis del entorno en sus diversos niveles. Pero, lógicamente, este análisis debe ser prospectivo para permitir conocer cuáles pueden ser las oportunidades y amenazas que el entorno le presenta a la empresa para el futuro.

Desde el punto de vista empresarial, la previsión tradicional, basada en los datos del pasado, no es válida, ya que no permite situarse en posiciones de ventaja frente a los competidores; la previsión sólo marca tendencias y a la empresa le interesa conocer cuándo cambia la tendencia, por lo que es imprescindible realizar pronósticos.

Tal y como se indicaba en el bloque anterior, será imprescindible que el alumno desarrolle un pensamiento crítico, que sea aplicable a la recogida, interpretación y análisis de diferentes problemas empresariales, en este bloque, sobre todo la capacidad de analizar información para el futuro de la empresa.

Estos conocimientos están basados en la asignatura de primero de grado Introducción a la Economía de la Empresa.

b. Objetivos de aprendizaje

- ✓ Capacidad de captar información sobre todo aquello que pueda afectar a la empresa en el futuro.
- ✓ Capacidad de anticiparse al futuro y poder plantear diversos escenarios posibles.
- ✓ Capacidad para plantearse que el futuro lo desarrollamos con nuestras decisiones actuales, el futuro no viene dado lo hacemos nosotros.
- ✓ Capacidad para conocer cuál es la situación de mi empresa para este momento y para los próximos tiempos.

c. Contenidos

Entorno general: el método de escenarios

Entorno sectorial: fuerzas competitivas de Porter

Análisis interno: nivel de negocio y nivel corporativo

DAFO

d. Métodos docentes

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.

e. Plan de trabajo

El plan de trabajo previsto para el desarrollo de los diferentes contenidos incluidos en este bloque temático es el siguiente:

Se empezará con **Clases Magistrales de contenido teórico**, de manera que se le puedan proporcionar al alumno los contenidos básicos de cada tema y las indicaciones necesarias para que pueda abordar su estudio. Se le proporcionarán también las pautas suficientes para que pueda llevar a cabo el trabajo de documentación necesario, con el que se podrán enriquecer tanto las clases magistrales como las clases prácticas. Se trabajará con audiovisuales en aquellas cuestiones en las que se considere de relevancia para una mejor comprensión de la cuestión teórica abordada.

En las **clases prácticas** se recurrirá a dinámicas de grupo, con objeto de que el alumno trabaje en equipo los contenidos previamente abordados y que habrá tenido que estudiar, los análisis de casos, de manera que el alumno desarrolle la aplicación de dichos contenidos en diferentes situaciones de empresas reales o hipotéticas y aprenda a analizarlos, resolverlos y presentarlos (tanto oralmente como por escrito), y audiovisuales, que permitan ver aplicaciones prácticas de alguno de los contenidos abordados.

f. Evaluación

La evaluación comprende:

- Una prueba presencial al final del semestre, que contará con preguntas objetivas de tipo test y preguntas de desarrollo escrito aplicadas a casos hipotéticos o reales de empresa. Dicha prueba evaluará no sólo los contenidos relativos a este bloque sino el conjunto de contenidos de la asignatura.
- Los proyectos, trabajos, resolución de casos o problemas que, en relación con los contenidos de este bloque y a propuesta del profesor, lleve a cabo el alumno, sea de forma individual o en grupo (según indicación del profesor), así como su presentación, análisis y entrega en el aula. Resulta, por tanto, relevante la participación del alumno en el aula.

g. Bibliografía básica

LECTURA DE LA PRENSA DIARIA Y DE REVISTAS ESPECIALIZADAS.

h. Bibliografía complementaria

NAVAS LÓPEZ, J.E. y GUERRAS MARTÍN, L.A.: “Fundamentos de dirección estratégica de la empresa”, Ed. Civitas – Thomson Reuters; Madrid 2012. Capítulo 3, Capítulo 4

JOHNSON, G.; SCHOLLES, K. Y WHITTINGTON, R.: “Fundamentos de estrategia”, Ed. Pearson – Prentice Hall, Madrid 2010. Capítulo 2. El entorno, Capítulo 3. Capacidad estratégica, Capítulo 5. Cultura y estrategia

i. Recursos necesarios

Aula con sillas móviles, pizarra, cañón de proyección, ordenador, software para presentaciones, recursos para la proyección de audiovisuales, biblioteca y hemeroteca, foro, tutorías y autoevaluación.



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

Carga de trabajo en créditos ECTS:

a. Contextualización y justificación

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 alumnos pueden marcar criterios concretos de objetivos para el futuro. Todo ello supone un proceso de toma de decisiones.

Al igual que en bloques anteriores, también aquí será imprescindible que el alumno desarrolle un pensamiento crítico, que sea aplicable a la recogida, interpretación y análisis de diferentes escenarios de futuro.

b. Objetivos de aprendizaje

- ✓ Tomar decisiones de futuro sobre el objetivo de creación de valor.
- ✓ Concretar ese objetivo a través de medidas de crecimiento, rentabilidad y seguridad
- ✓ Hacer operativo el objetivo de creación de valor

c. Contenidos

La relación entre los criterios de objetivos

Crecimiento: Atributos, cotas y ponderación

Rentabilidad: Atributos, cotas y ponderación

Seguridad: Atributos, cotas y ponderación

d. Métodos docentes

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.

e. Plan de trabajo

El plan de trabajo previsto para el desarrollo de los diferentes contenidos incluidos en este bloque temático es el siguiente:

Se empezará con **Clases Magistrales de contenido teórico**, de manera que se le puedan proporcionar al alumno los contenidos básicos de cada tema y las indicaciones necesarias para que pueda abordar su estudio. Se le proporcionarán también las pautas suficientes para que pueda llevar a cabo el trabajo de documentación necesario, con el que se podrán enriquecer tanto las clases magistrales como las clases prácticas. Se trabajará con audiovisuales en aquellas cuestiones en las que se considere de relevancia para una mejor comprensión de la cuestión teórica abordada.

En las **clases prácticas** se recurrirá a dinámicas de grupo, con objeto de que el alumno trabaje en equipo los contenidos previamente abordados y que habrá tenido que estudiar, los análisis de casos, de manera que el alumno desarrolle la aplicación de dichos contenidos en diferente situaciones de empresas reales o hipotéticas y aprenda a analizarlos, resolverlos y presentarlos (tanto oralmente como por escrito), y audiovisuales, que permitan ver aplicaciones prácticas de alguno de los contenidos abordados.

f. Evaluación

La evaluación comprende:

- Una prueba presencial al final del semestre, que contará con preguntas objetivas de tipo test y preguntas de desarrollo escrito aplicadas a casos hipotéticos o reales de empresa. Dicha prueba evaluará no sólo los contenidos relativos a este bloque sino el conjunto de contenidos de la asignatura.
- Los proyectos, trabajos, resolución de casos o problemas que, en relación con los contenidos de este bloque y a propuesta del profesor, lleve a cabo el alumno, sea de forma individual o en grupo (según indicación del profesor), así como su presentación, análisis y entrega en el aula. Resulta, por tanto, relevante la participación del alumno en el aula.

g/h. Bibliografía básica

NAVAS LÓPEZ, J.E. y GUERRAS MARTÍN, L.A.: “Fundamentos de dirección estratégica de la empresa”, Ed. Civitas – Thomson Reuters; Madrid 2012. Capítulo 2

JOHNSON, G.; SCHOLLES, K. Y WHITTINGTON, R.: “Fundamentos de estrategia”, Ed. Pearson – Prentice Hall, Madrid 2010. Capítulo 4. Propósito estratégico

i. Recursos necesarios

Aula con sillas móviles, pizarra, cañón de proyección, ordenador, software para presentaciones, recursos para la proyección de audiovisuales, biblioteca y hemeroteca, foro, tutorías y autoevaluación.



Bloque 4: LAS ALTERNATIVAS ESTRATÉGICAS

Carga de trabajo en créditos ECTS:

a. Contextualización y justificación

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.

b. Objetivos de aprendizaje

Desarrollar capacidades para tomar decisiones de futuro para el conjunto de la empresa

Ser capaces de integrar los conocimientos que se han ido adquiriendo a lo largo del grado, tanto de carácter empresarial como instrumental, para basar las decisiones a tomar.

Desarrollar un pensamiento crítico aplicado a la recogida, interpretación y análisis de problemas y sus posibles soluciones en la empresa.

c. Contenidos

Alternativas estratégicas

- Estrategias básicas
- Direcciones estratégicas
- Métodos de desarrollo

Criterios de elección

- Oportunidad
- Factibilidad
- Aceptabilidad

Criterios de ejecución

d. Métodos docentes

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.

e. Plan de trabajo

El plan de trabajo previsto para el desarrollo de los diferentes contenidos incluidos en este bloque temático es el siguiente:

Se empezará con **Clases Magistrales de contenido teórico**, de manera que se le puedan proporcionar al alumno los contenidos básicos de cada tema y las indicaciones necesarias para que pueda abordar su estudio. Se le proporcionarán también las pautas suficientes para que pueda llevar a cabo el trabajo de documentación necesario, con el que se podrán enriquecer tanto las clases magistrales como las clases prácticas. Se trabajará con audiovisuales en aquellas cuestiones en las que se considere de relevancia para una mejor comprensión de la cuestión teórica abordada.

En las **clases prácticas** se recurrirá a dinámicas de grupo, con objeto de que el alumno trabaje en equipo los contenidos previamente abordados y que habrá tenido que estudiar, los análisis de casos, de manera que el alumno desarrolle la aplicación de dichos contenidos en diferentes situaciones de empresas reales o hipotéticas y aprenda a analizarlos, resolverlos y presentarlos (tanto oralmente como por escrito), y audiovisuales, que permitan ver aplicaciones prácticas de alguno de los contenidos abordados.

f. Evaluación

La evaluación comprende:

- Una prueba presencial al final del semestre, que contará con preguntas objetivas de tipo test y preguntas de desarrollo escrito aplicadas a casos hipotéticos o reales de empresa. Dicha prueba evaluará no sólo los contenidos relativos a este bloque sino el conjunto de contenidos de la asignatura.
- Los proyectos, trabajos, resolución de casos o problemas que, en relación con los contenidos de este bloque y a propuesta del profesor, lleve a cabo el alumno, sea de forma individual o en grupo (según indicación del profesor), así como su presentación, análisis y entrega en el aula. Resulta, por tanto, relevante la participación del alumno en el aula.

g/h. Bibliografía básica

NAVAS LÓPEZ, J.E. y GUERRAS MARTÍN, L.A.: “Fundamentos de dirección estratégica de la empresa”, Ed. Civitas – Thomson Reuters; Madrid 2012. Capítulo 5, Capítulo 6, Capítulo 7, Capítulo 8.

JOHNSON, G.; SCHOLLES, K. Y WHITTINGTON, R.: “Fundamentos de estrategia”, Ed. Pearson – Prentice Hall, Madrid 2010. Capítulo 6. Estrategia a nivel de negocio, Capítulo 7. Direcciones del

desarrollo y estrategia a nivel corporativo, Capítulo 8. Estrategia internacional, Capítulo 9. Métodos de desarrollo y evaluación de la estrategia, Capítulo 10. Estrategia en acción.

i. Recursos necesarios

Aula con sillas móviles, pizarra, cañón de proyección, ordenador, software para presentaciones, recursos para la proyección de audiovisuales, biblioteca y hemeroteca, foro, tutorías y autoevaluación.

h. Recursos necesarios

i. Temporalización

BLOQUE TEMÁTICO	CARGA ECTS	PERIODO PREVISTO DE DESARROLLO
1. Conceptos básicos	0.5	1,5 semanas
2. El análisis del entorno	2.5	6 semanas
3. La operatividad del objetivo	0.5	1.5 semanas
4. Las alternativas estratégicas	2,5	6 semanas

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 o PRESENCIALES A DISTANCIA ⁽¹⁾	HORAS	ACTIVIDADES NO PRESENCIALES	HORAS
Clases teórico-prácticas (T/M) que incluyen las posibles tutorías síncronas	34	Estudio y trabajo autónomo individual, que incluye la posible lectura y reproducción de materiales	60
Clases prácticas de aula (A)	20	Estudio y trabajo autónomo grupal	30
Evaluación	6		
Total presencial	60	Total no presencial	90
TOTAL presencial + no presencial			150

(1) Actividad presencial a distancia es cuando un grupo sigue una videoconferencia de forma síncrona a la clase impartida por el profesor para otro grupo presente en el aula.

7. Sistema y características de la evaluación

Criterio: cuando al menos el 50% de los días lectivos del cuatrimestre transcurran en normalidad, se asumirán como criterios de evaluación los indicados en la guía docente. Se recomienda la evaluación continua ya que implica minimizar los cambios en la adenda.

INSTRUMENTO/PROCEDIMIENTO	PESO EN LA NOTA FINAL	OBSERVACIONES
<p>PARTE A:</p> <p>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:</p> <ul style="list-style-type: none">➤ Preguntas objetivas de tipo test➤ Caso de empresa a resolver	90%	<p>La puntuación de esta prueba se distribuirá del siguiente modo:</p> <p>30% corresponderá a las preguntas objetivas de tipo test y el 70% restante al caso de empresa.</p>
<p>PARTE B:</p> <p>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.</p> <p>Se valorarán, además de la utilización y aplicación de los contenidos de la asignatura, las siguientes competencias y habilidades:</p> <p>Búsqueda, análisis y selección de información, síntesis, comunicación oral y escrita, trabajo en equipo, participación.</p>	10%	

CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

La evaluación de la asignatura, tanto en la convocatoria ordinaria como en la extraordinaria vendrá dada por los resultados de:

1. Examen final de conocimientos desarrollado mediante un test que abordará fundamentalmente los contenidos teóricos y un caso de empresa a resolver.
 - a. La nota mínima requerida en el test es de un 5 sobre 10 (1.35 sobre 2.7 puntos), y en caso de no llegar a ese mínimo se dará por suspensa la asignatura y no se procederá a la corrección de la parte relativa al caso de empresa (si se desconoce la teoría no se puede aplicar ésta a un caso de empresa).
 - b. La nota mínima requerida en el caso de empresa es de un 3.5 sobre 10 (2.2 sobre 6.3 puntos). En caso de no llegar a este mínimo se dará por suspensa la asignatura
2. Correcciones de los supuestos prácticos, casos de estudio y análisis de lecturas recomendadas en las que se valorará la presentación de los mismos, y la participación en los debates y discusiones en el aula.

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).

Todo lo anteriormente establecido está sujeto a lo dictado por la autoridad competente en función de la situación sanitaria y por tanto debe entenderse y aplicarse de manera flexible

