DATOS DE LA ASIGNATURA

Denominación: DIRECCIÓN ESTRATÉGICA
Código: 100123
Plan de estudios: GRADO DE ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS **Curso:** 3
Denominación del módulo al que pertenece: ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS
Materia: ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS
Carácter: OBLIGATORIA **Duración:** SEGUNDO CUATRIMESTRE
Créditos ECTS: 6 **Horas de trabajo presencial:** 60
Porcentaje de presencialidad: 40% **Horas de trabajo no presencial:** 90
Plataforma virtual: www.uco.es/moodle

DATOS DEL PROFESORADO

Nombre: CREMADES MARQUEZ, FERMIN J
Centro: Facultad de Ciencias del Trabajo
Departamento: ESTADÍSTICA, ECONOMETRÍA, INVESTIGACIÓN OPERATIVA, ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS Y ECONOMÍA APLICADA
área: ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS
Ubicación del despacho: Junto a biblioteca de Facultad de Derecho y CCEE y Empresariales
E-Mail: cu9crmaf@uco.es **Teléfono:** 957218106

Nombre: FUENTES GARCIA, FERNANDO JOSE
Centro: Facultad de Derecho y CCEE Empresariales
Departamento: ESTADÍSTICA, ECONOMETRÍA, INVESTIGACIÓN OPERATIVA, ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS Y ECONOMÍA APLICADA
área: ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS
Ubicación del despacho: Planta primera
E-Mail: el1fugaf@uco.es **Teléfono:** 957212688

Nombre: TRILLO HOLGADO, MARIA AMALIA
Centro: ES Politécnica
Departamento: ESTADÍSTICA, ECONOMETRÍA, INVESTIGACIÓN OPERATIVA, ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS Y ECONOMÍA APLICADA
área: ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS
Ubicación del despacho: CAMPUS DE RABANALES. EDIFICIO GREGOR MENDEL (C5), 3ª PLANTA.
E-Mail: td1trhom@uco.es **Teléfono:** 957212116

DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

REQUISITOS Y RECOMENDACIONES

Requisitos previos establecidos en el plan de estudios

Se recomienda tener superadas las asignaturas de Economía de la Empresa y Marketing.

Recomendaciones

Ninguna especificada.

COMPETENCIAS

C119	Tener una visión estratégica de la dirección de empresas (rel. CB1, CB2, CB3, CB4, CU2, CE1,CE2,CE3,CE4,CE5 Y CE7).

OBJETIVOS

- Proporcionar una formación básica en lo que se refiere al papel de la empresa como agente económico en interacción constante con el entorno.
- Destacar la importancia de la actividad empresarial y de la actitud emprendedora en el progreso y bienestar social.
- Proporcionar al alumno los conceptos y las técnicas de análisis que le permitan valorar los diferentes tipos de estrategias empresariales, seleccionarlas y ponerlas en práctica.
- Transmitir unos conocimientos al alumno que le otorguen una visión global de la organización desde la perspectiva de la Dirección General. Se pretende capacitar a los futuros licenciados para participar en las funciones de dirección de empresas.
- Ayudar a comprender mejor los entresijos de la toma de decisiones de alto nivel dentro de las empresas a la vista de las situaciones de alta incertidumbre y complejidad reinantes.

CONTENIDOS

1. Contenidos teóricos

PARTE I. INTRODUCCIÓN

TEMA 1: FUNDAMENTOS DE DIRECCIÓN ESTRATÉGICA Y POLÍTICA DE EMPRESA

1.1. Concepto de estrategia.

1.2. Evolución del concepto en la literatura.

1.3. Elementos y niveles de la estrategia.

1.4. La planificación y el proceso estratégico.

1.5. Los conceptos claves en Política de empresa.

TEMA 2: CONCEPTOS BÁSICOS: ESTRATEGIA EN UN MUNDO GLOBALIZADO

2.1. La misión y los objetivos estratégicos.

2.2. Las fuerzas de la globalización en la actividad empresarial.

2.3. Los grupos de interés.

2.4. Responsabilidad social y ética de la actividad empresarial.

PARTE II. HERRAMIENTAS DE ANÁLISIS ESTRATÉGICO

TEMA 3: ANÁLISIS EXTERNO I

3.1. Concepto y tipos de entorno.

3.2. Factores relevantes en el entorno: el análisis PEST.

3.3. El problema de la delimitación del sector.

3.4. Análisis del entorno específico: Modelo de Fuerzas de Porter.

3.5. Modelo análisis de Bueno Campos.

3.6. La utilización de escenarios y técnicas de predicción.

TEMA 4: ANÁLISIS EXTERNO II

4.1. Oportunidades para la ventaja competitiva: identificación de factores clave de éxito.

4.2. Análisis de la segmentación.

4.3. Grupos estratégicos.

4.4. Análisis de competidores.

TEMA 5: ANÁLISIS INTERNO

5.1. Análisis funcional, perfil estratégico y cadena de valor.

5.2. El benchmarking

5.3. El análisis de los recursos y capacidades.

5.4. Valoración del potencial de generación de beneficios de los recursos y capacidades.

5.5. Transferencia, compra y desarrollo de los recursos.

5.6. Análisis de la cartera de negocios.

5.7. Resumen de análisis estratégico: matriz DAFO

PARTE III. ANÁLISIS DE LA VENTAJA COMPETITIVA

TEMA 6. NATURALEZA Y FUENTES DE LA VENTAJA COMPETITIVA

6.1. Creación de ventaja competitiva.

6.2. Mantenimiento de la ventaja competitiva.

6.3. Ventajas competitivas en diferentes mercados.

6.4. Tipos de ventajas competitivas

6.5. Reloj estratégico

TEMA 7: CAPITAL INTELECTUAL Y GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO

7.1. La visión de la empresa basada en el conocimiento.

7.2. El carácter estratégico del conocimiento.

7.3. La gestión del conocimiento y ventaja competitiva.

7.4. El capital intelectual.

PARTE IV. FORMULACIÓN E IMPLANTACIÓN DE ESTRATEGIAS

TEMA 8: DIFERENTES OPCIONES ESTRATÉGICAS

8.1. Estrategias basadas en las características de la industria.

8.2. Integración vertical: costes y beneficios.

8.3. Diversificación: razones para la diversificación y tipos de diversificación.

TEMA 9: LA EVALUACIÓN E IMPLANTACIÓN DE ESTRATEGIAS

9.1. Proceso de evaluación y selección.

9.2. Implantación.

9.3. Control estratégico: cuadro de mando integral.

9.4. Cultura empresarial.

2. Contenidos prácticos

Aplicación a situaciones reales de la teoría.

METODOLOGÍA

Aclaraciones generales sobre la metodología y adaptaciones metodológicas para los alumnos a tiempo parcial

Para los estudiantes a tiempo parcial tendrán el mismo tratamiento que cualquier alumno.

Actividades presenciales

Actividad	Grupo completo	Grupo mediano	Total
Actividades de evaluación	4	-	*4*
Estudio de casos	12	9	*21*
Exposición grupal	8	-	*8*
Lección magistral	18	-	*18*
Trabajos en grupo (cooperativo)	-	9	*9*
Total horas:	*42*	*18*	*60*

Actividades no presenciales

Actividad	Total
Análisis	*10*
Consultas bibliográficas	*8*
Ejercicios	*10*
Estudio	*42*
Trabajo de grupo	*20*
Total horas:	90

MATERIAL DE TRABAJO PARA EL ALUMNO

Casos y supuestos prácticos - *www.uco.es/moodle*
Dossier de documentación - *ww.uco.es/moodle*

Aclaraciones:

A través de la plataforma moodle se facilita al alumno dossier de prácticas y transparencias de la asignatura.

En reprografía se aporta, del mismo modo, un dossier de documentación.

EVALUACIÓN

Competencias	Instrumentos			
	Casos y supuestos prácticos	Examen final	Exposiciones	Trabajos en grupo
C119	x	x	x	x
Total (100%)	10%	65%	10%	15%
Nota mínima.(*)	5	5	5	5

(*) Nota mínima necesaria para el cálculo de la media

Calificación mínima para eliminar materia y periodo de validez de las calificaciones parciales: *Para el cálculo de la nota final, hay que sacar un mínimo de 5 en todas las partes: teoría examen, práctica examen, trabajo y actividades propuestas. Las calificaciones parciales tendrán validez hasta la convocatoria de Septiembre.*

Aclaraciones generales sobre la evaluación y adaptación metodológicas para los alumnos a tiempo parcial:

El cálculo de la nota final para todos los alumnos se llevará a cabo de la siguiente manera:

- 65% examen: 70% teoría + 30% práctica del examen.

- 15% desarrollo del trabajo propuesto.

- 10% exposición del trabajo propuesto.

- 10% prácticas de clase y asistencia. El profesor correspondiente, si lo estima oportuno, recogerá en clase aleatoriamente algunas de ellas para su calificación.

Valor de la asistencia en la calificación final: *Esta incluída y se pondera junto al resto de calificaciones parciales (está considerada en cada una de ellas, por tanto).*

Criterios de calificación para la obtención de Matrícula de Honor: *Deberá obtenerse, como mínimo, una calificación igual a 9,0 en cada una de las calificaciones parciales, es decir, en cada una de las actividades o pruebas evaluadas realizadas durante el curso académico y tener una participación activa en clase.*

BIBLIOGRAFÍA

1. Bibliografía básica:

NAVAS LÓPEZ J.E. Y GUERRAS, L.A. (2013): *Fundamental of strategic managemet.* Ed. Aranzadi.Navarra.

NAVAS LÓPEZ J.E. Y GUERRAS, L.A. (2012): *Fundamentos de dirección dstratégica de la Emresa.* Ed. Aranzadi.Navarra.

GUERRAS, L.A. y NAVAS LÓPEZ, J.E. (2007): *La dirección estratégica de la empresa*. Ed. Thompson-Civitas. Madrid.

2. Bibliografía complementaria:

BUENO CAMPOS, E.(1995): *Dirección estratégica de la empresa. Metodología, técnicas y casos*. Ed. Pirámide, Madrid.

GARRIDO BUJ, S. (2006): *Dirección estratégica*. Ed. McGraw-Hill, Madrid.

GRANT, R.M. (2006): *Dirección Estratégica*. Ed. Cívitas, Madrid

FERNÁNDEZ, E. y FERNÁNDEZ, Z. (1988): *Manual de Dirección Estratégica de la Tecnología*. Ed. Ariel, Barcelona.

FUENTES GARCÍA, F.J. y VEROZ HERRADÓN, R. (2000): *Plan Estratégico de la Denominación de origen Montilla-Moriles*. Diputación Provincial. Ed. Universidad de Córdoba, Córdoba.

GUERRAS, L. A. y NAVAS, J.E. (2008): *Casos de dirección estratégica de la empresa*, 4ª edición. Ed. Thompson

-Civitas, Madrid.

JOHNSON, G., SCHOLES, K. Y WHITTINGTON (2005): *Dirección estratégica*, 7ª edición. Ed. Prentice Hall, Madrid.

MENGUZZATO, M. y RENAU, J.J. (1991): *La dirección estratégica de la empresa*. Ed. Ariel Economía, Barcelona.

MINTZBERG, H., QUINN, J.B. y GHOSHAL, S. (1999): *El proceso estratégico. Concepto, contextos y casos*. Ed. P.H.I., México.

NAVAS, J.E. y GUERRAS, L. A. (2003): *Casos de dirección estratégica de la empresa*, 2ª edición. Ed. Civitas, Madrid.

PORTER, M. (1990): "¿Dónde radica la ventaja competitiva de las naciones?", Harvard Deusto Business Review, 4º trimestre, pp. 3-26.

PORTER, M. (1982): *Estrategia Competitiva*. Ed. CECSA. México.

PORTER, M. (1987): *Ventaja competitiva*. Ed. CECSA. México.

RODRIGUEZ, J.M. y SANTIAGO, S. (2002): Estrategia y política de empresa. Lecturas. Ed. Pirámide. Madrid.

VALERO, A. y LUCAS, J.A. (2005): *Política de empresa: el gobierno de la empresa de negocios*. Ed. Universidad de Navarra, Pamplona.

VALLE CABRERA, R. (1995): *La gestión estratégica de los recursos humanos*. Ed. Addison-Wesley.

VARGAS SÁNCHEZ, A. (2002): *Dirección Estratégica*. Colección Materiales para la Docencia, n.16. Ed. Servicio de Publicaciones de la Universidad de Huelva.

CRITERIOS DE COORDINACIÓN

- Criterios de evaluación comunes
- Realización de actividades
- Selección de competencias comunes