

**PLAN DOCENTE DE LA ASIGNATURA
DIRECCIÓN ESTRATÉGICA I
Curso académico 2016-2017**

Identificación y características de la asignatura			
Código	500114	Créditos ECTS	6
Denominación (español)	DIRECCIÓN ESTRATÉGICA I		
Denominación (inglés)	STRATEGIC MANAGEMENT I		
Titulaciones	ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS		
Centro	CENTRO UNIVERSITARIO DE PLASENCIA		
Semestre	SEXTO	Carácter	OBLIGATORIA
Módulo	ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS		
Materia	DIRECCIÓN ESTRATÉGICA		
Profesor/es			
Nombre	Despacho	Correo-e	Página web
GEMMA FUENTES DE LA CALLE	104	gemmaf@unex.es	
Área de conocimiento	ECONOMÍA FINANCIERA Y CONTABILIDAD		
Departamento	ECONOMÍA FINANCIERA Y CONTABILIDAD		
Profesor coordinador (si hay más de uno)			
Competencias*			
<p>CG2 - Capacidad para aportar racionalidad al análisis y a la descripción de cualquier aspecto de la realidad empresarial.</p> <p>CG1 - Capacidad para identificar y anticipar problemas empresariales relevantes, en el ámbito privado y/o en el público.</p> <p>CG3 - Capacidad para aplicar al análisis de los problemas empresariales criterios profesionales basados en el manejo de instrumentos técnicos.</p> <p>CB1 - Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio</p> <p>CB2 - Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio</p> <p>CB3 - Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética</p> <p>CB4 - Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado</p> <p>CB5 - Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender</p>			

* Los apartados relativos a competencias, breve descripción del contenido, actividades formativas, metodologías docentes, resultados de aprendizaje y sistemas de evaluación deben ajustarse a lo recogido en la memoria verificada del título.

estudios posteriores con un alto grado de autonomía
CT2 - Capacidad de organización y planificación CT3 - Comunicación oral y escrita en la lengua nativa CT6 - Habilidad para analizar y buscar información proveniente de fuentes diversas CT7 - Capacidad para la resolución de problemas CT1 - Capacidad de gestión, análisis y síntesis CT9 - Capacidad para trabajar en equipo CT14 - Capacidad crítica y autocrítica CT15 - Compromiso ético en el trabajo CT17 - Capacidad de aprendizaje autónomo CT18 - Capacidad de adaptación a nuevas situaciones CT21 - Iniciativa y espíritu emprendedor CT24 - Respeto y promoción de los valores democráticos y de la coeducación
CE12 - Conocer y aplicar modelos para el diseño, la planificación, el control y la toma de decisiones en el plano estratégico referido al global de la empresa, a la interacción entre sus funciones y su relación con el entorno.
Contenidos
Breve descripción del contenido*
Se contempla la Estrategia y la Dirección Estratégica de dos formas distintas: como un proceso de análisis y planificación, en primer lugar. En segundo lugar, se considera como un proceso de toma de decisiones en un contexto cultural y político.
Temario de la asignatura
Tema 1 : LA NATURALEZA DE LA DIRECCIÓN ESTRATÉGICA 1.1 LAS DECISIONES ESTRATÉGICAS 1.1.1 El concepto de estrategia 1.1.2. Niveles de estrategia 1.2 EL PROCESO DE DIRECCIÓN ESTRATEGIA Y SU RESPONSABILIDAD 1.2.1 Las fases del proceso de dirección estratégica 1.2.2 La responsabilidad de las decisiones estratégicas 1.2.3 El ajuste y el cambio en el proceso de dirección estratégica 1.3 LA DIRECCIÓN ESTRATÉGICA DE LA EMPRESA COMO ÁMBITO DE ESTUDIO 1.3.1 Evolución de la dirección estratégica 1.4 HACIA UNA VISIÓN INTEGRADORA DE LA DIRECCIÓN ESTRATÉGICA 1.4.1 Estrategias deliberada y emergentes 1.4.2 La racionalidad en el proceso de decisión estratégica 1.4.3 Aspectos organizativos del proceso de dirección estratégica
Tema 2: LA CREACIÓN DE VALOR Y LOS GRUPOS DE INTERÉS 2.1 LA CREACIÓN DE VALOR COMO OBJETIVO DE LA EMPRESA 2.2 LOS GRUPOS DE INTERÉS EN LA EMPRESA 2.3 EL GOBIERNO DE LA EMPRESA 2.3.1. Mecanismos internos de control directivo 2.3.2. Mecanismos externos de control directivo 2.4 EL CONCEPTO DE CREACIÓN DE VALOR DE LA EMPRESA 2.4.1 El modelo de las curvas de valor 2.4.2 La creación de valor para los accionistas
Tema 3: LOS OBJETIVOS Y LOS VALORES DE LA EMPRESA 3.1 LA MISION Y LA VISION DE LA EMPRESA 3.1.1 La misión de la empresa 3.1.2. La visión y el propósito estratégico 3.2. LOS OBJETIVOS ESTRATÉGICOS 3.3. LA RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LA EMPRESA 3.3.1. Ámbito de la responsabilidad social 3.3.2. Factores que influyen en el nivel de responsabilidad social 3.3.3. Responsabilidad social y resultados 3.4 LA ETICA EMPRESARIAL
Tema 4: ANÁLISIS DEL ENTORNO GENERAL 4.1 EL ENTORNO DE LA EMPRESA 4.1.1. Concepto y tipología del entorno 4.1.2. Nivel de incertidumbre del entorno 4.2 ANÁLISIS DEL ENTORNO GENERAL

4.2.1. El perfil estratégico del entorno 4.2.2. El diamante de Porter 4.2.3. Los distritos industriales 4.2.4. Importancia del análisis del entorno general para la competitividad de la empresa 4.3 ANÁLISIS DEL ENTORNO FUTURO: EL MÉTODO DE LOS ESCENARIOS					
Tema 5: ANÁLISIS DEL ENTORNO ESPECÍFICO 5.1 DELIMITACIÓN DEL ENTORNO ESPECÍFICO 5.2 ANÁLISIS DE LA ESTRUCTURA DE LA INDUSTRIA 5.2.1. Intensidad de la competencia actual 5.2.2. Competidores potenciales 5.2.3. Productos sustitutivos 5.2.4. Análisis de los competidores					
Tema 6: ANÁLISIS INTERNO DE LA EMPRESA 6.1 EL DIAGNÓSTICO INTERNO DE LA EMPRESA 6.1.1. La identidad de la empresa 6.1.2. El perfil estratégico de la empresa 6.1.3. LAS RAICES DE LA VENTAJA COMPETITIVA 6.2 LA CADENA DE VALOR 6.2.1. Las actividades de la cadena de valor 6.2.2. Las interrelaciones de la cadena de valor 6.3 EL BENCHMARKING 6.4 LAS MATRICES DE ANÁLISIS ESTRATÉGICO 6.5 EL ANÁLISIS DAFO					
Tema 7: ANALISIS DE LOS RECURSOS Y CAPACIDADES 7.1 EL ANALISIS DE LOS RECURSOS Y CAPACIDADES 7.2 IDENTIFICACIÓN DE LOS RECURSOS Y CAPACIDADES 7.3 EVALUACIÓN DE LOS RECURSOS Y CAPACIDADES 7.4 GESTIÓN DE LOS RECURSOS Y CAPACIDADES					
Actividades formativas*					
Horas de trabajo del alumno por tema		Presencial		Actividad de seguimiento	No presencial
Tema	Total	GG	SL	TP	EP
Tema 1	20	6	2		12
Tema 2	20	6	2		12
Tema 3	24	7	2,5	0,25	14,25
Tema 4	22	6,5	2	0,25	13,25
Tema 5	22	7	2,5	0,25	12,25
Tema 6	22	6,5	2	0,25	13,25
Tema 7	20	6	2		12
Evaluación del conjunto	150	45	15	1	89
GG: Grupo Grande (100 estudiantes). SL: Seminario/Laboratorio (prácticas clínicas hospitalarias = 7 estudiantes; prácticas laboratorio o campo = 15; prácticas sala ordenador o laboratorio de idiomas = 30, clases problemas o seminarios o casos prácticos = 40). TP: Tutorías Programadas (seguimiento docente, tipo tutorías ECTS). EP: Estudio personal, trabajos individuales o en grupo, y lectura de bibliografía.					
Metodologías docentes*					
1. Método expositivo que consiste en la presentación por parte del profesor de los contenidos sobre la materia objeto de estudio. También incluye la resolución de problemas ejemplo por parte del profesor. 2. Método basado en el planteamiento de problemas por parte del profesor y la resolución de los mismos en el aula. Los estudiantes de forma colaborativa desarrollan e interpretan soluciones adecuadas a partir de la aplicación de procedimientos de resolución de problemas. 3. Estudio de casos; proyectos y experimentos. Análisis intensivo y completo de un caso real, proyecto, simulación o experimento con la finalidad de conocerlo, interpretarlo,					

resolverlo, generar hipótesis, contrastar datos, reflexionar, completar conocimientos, diagnosticarlo y, a veces, entrenarse en los posibles procedimientos alternativos de solución.

4. Actividades colaborativas basadas en recursos y herramientas digitales, especialmente aquellas que posee el CVUEx.

5. Situación de aprendizaje/evaluación en la que el alumno realiza alguna prueba que sirve para reforzar su aprendizaje y como herramienta de evaluación.

Resultados de aprendizaje*

Esta materia permite al estudiante:

- Obtener una visión global de la empresa desde la perspectiva de la Dirección General. Ello supone considerar a la empresa como un todo que se relaciona con el entorno y tiene como objetivo general su supervivencia y desarrollo. Capacita a los futuros graduados para participar en las funciones directivas de carácter estratégico.
- Valorar la importancia de la dirección estratégica para el éxito y la supervivencia de las empresas y organizaciones, rechazando el determinismo y la fatalidad y aprendiendo a utilizar la dirección estratégica como una herramienta que facilita la “construcción” del futuro basándonos en el compromiso, el trabajo racional y organizado de las personas y en el esfuerzo persistente en una dirección acertada.
- Dominar las principales fuentes de información para estudiar la estrategia.
- Analizar los factores determinantes que intervienen en el análisis estratégico: misión y objetivos, análisis del entorno y análisis interno.
- Conocer e identificar los diferentes tipos de estrategias competitivas y aprender cómo se crea y cómo se protege una ventaja competitiva.
- Caracterizar las industrias y proponer las estrategias más adecuadas en función del ciclo de vida de la industria.
- Conocer los efectos que puede tener la tecnología en la estructura competitiva de una industria.
- Analizar los factores determinantes que intervienen en la formulación, implantación y evaluación de estrategia

Sistemas de evaluación*

La evaluación de la asignatura se realizará a través de un proceso continuo, basado en los criterios siguientes:

Evaluación individual:

- Examen teórico y práctico de conocimientos
- Realización de cuestionarios a través del Campus Virtual
- Entrega de actividades propuestas para cada tema
- Seguimiento y participación en el Campus Virtual

Evaluación por grupos:

- Entrega de trabajos realizados por grupos, estos trabajos se realizarán dentro del grupo y por ello la evaluación será para el grupo.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN:

PROCEDIMIENTO	CRITERIOS	PONDERACIÓN
Examen final	El examen será teórico práctico. Se establece una puntuación mínima de 5 puntos para superar la parte teórico práctica de la asignatura	80%
Trabajos en grupo	Cumplir los requisitos establecidos en la metodología teórica y práctica de la asignatura: Participación activa en el grupo y desarrollo de las tareas conjuntamente asignadas. Se establece una puntuación mínima de 5 para superar la parte práctica de la asignatura.	10%
Trabajos individuales	Realización de cuestionarios mediante el campus virtual.	10%

Todas las partes deberán ser superadas para poder evaluar la asignatura.

El examen final supondrá un 80% de la nota final de la asignatura. Constará de:

1º Examen tipo test compuesto por 40 preguntas valoradas cada una en 0,05 pts. Por cada pregunta contestada incorrectamente se descontará 0,025 pts. Como máximo se permitirá dos preguntas en blanco, a partir de dos preguntas en blanco se descontará 0,025 pts por cada pregunta en blanco. Esta prueba supone el 2% del total de la asignatura, lo que supone 2 pts. Para realizar nota media con la segunda parte será preciso obtener como mínimo 1 pts.

2ª Parte práctica, en la cual se propondrá un caso de una empresa, para llevar a cabo el análisis estratégico, formulación de estrategias empresariales y sus alternativas, o justificación de las actuaciones llevadas a término por la empresa expuesta. Valoración de la parte práctica de 0 a 6 .Esta prueba supone el 60% del total de la asignatura, lo que supone 6 pts. Para realizar nota media con la primera parte será preciso obtener como mínimo 3 pts

Bibliografía (básica y complementaria)

Bibliografía básica:

- Charles W.L.Hill y Gareth R. Jones, (2009) "Administración Estratégica" Octava edición. México Mc GrawHill.
- Grant, Robert M. (2006). "Dirección Estratégica: Conceptos, técnicas y aplicaciones". Madrid Thomson-Civitas, Cizur Menor, 5ª edición
- Hidalgo Navarro, Rafael, (2010). "Empresarios y Samurais". Madrid El Economista
- Llorente Olier, José Ignacio, (2012) "Dirección Estratégica de la Empresa". Madrid CEF
- Navas López, José Emilio y Guerras Martín, Luis Angel, (2009). "La dirección estratégica de la empresa teoría y aplicaciones", Madrid Civitas
- Navas López, José Emilio y Guerras Martín, Luis Angel, (2012) "Fundamentos de la Dirección Estratégica de la Empresa". Madrid Thomson Civitas
- Navas López, José Emilio, (2011). "Casos de dirección estratégica de la empresa" Thomson-Civitas

Bibliografía complementaria:

- Dess, Lumpkin y Eisner, (2011). "Administración estratégica" Texto y casos. México. Mc Graw Hill
- Jarillo, José Carlos, (1997) "Dirección Estratégica". Mc Graw-Hill
- Thompson, Peteraf, Gamble y Strickland, (2012)
- "Administración estratégica" Teoría y casos. México Mc Graw Hill PORTER, M.E (1985): Ventaja competitiva. CECSA, México.
- PORTER, M.E (1987): Estrategia competitiva. CECSA, México.

Horario de tutorías

Tutorías de libre acceso:

Lunes a jueves de 19 a 20:15

Tutorías Programadas:

Se facilitará al alumno la asistencia a las mismas, por lo que se programarán de acuerdo con los alumnos una vez comenzado el cuatrimestre.

Recomendaciones

Se recomienda al alumno el seguimiento continuo de la asignatura mediante el Campus Virtual, la participación activa en los foros y la asistencia a clase.