

# Plan de actividad docente

Curso 2011-2012

## Dirección Estratégica I (20690)

**Titulación/estudio:** ADE

**Curso:** tercero/cuarto

**Trimestre:** segundo

**Número de créditos ECTS:** 5

**Horas de dedicación del estudiante:** 125 horas

**Lengua o lenguas de la docencia:** catalán/castellano

**Profesora:** Dra. Susana Domingo Pérez

**Profesores del seminario:** Dra. Susana Domingo y Oriol Palom

### 1. Presentación de la asignatura

La asignatura pretende dotar al alumno de las competencias necesarias para comprender el proceso de formulación estratégica en un entorno empresarial. Al finalizar la materia, el estudiante habrá adquirido conocimientos, metodología y herramientas para poder formular e interpretar estrategias empresariales.

Algunos contenidos: ¿Por qué estudiar estrategia? Estrategias de sostenibilidad. Los límites horizontales y verticales de la empresa. La diversificación y las fusiones empresariales. Estructura de mercados y competencia. Competencia dinámica. El compromiso estratégico. La amenaza de entrada en el mercado. Análisis industrial. Posicionamiento estratégico y ventaja competitiva. El sostenimiento de la ventaja competitiva. La sostenibilidad como estrategia en las organizaciones.

### 2. Competencias que se deben alcanzar

#### Competencias generales:

- G1. Comprender e interpretar de manera pertinente y razonada textos escritos de nivel y carácter académicos.
- G2. Ser capaz de justificar con argumentos consistentes las propias convicciones, así como saber defenderlas públicamente.
- G3. Ser capaz de comunicarse con propiedad de forma oral y escrita en cualquiera de las dos lenguas oficiales de Cataluña, es decir, en catalán y en castellano, tanto ante audiencias expertas como inexpertas.
- G6. Ser capaz de trabajar en equipo, participando activamente en las tareas y negociando delante de opiniones discrepantes hasta llegar a posiciones de consenso.
- G7. Desarrollar la capacidad de razonamiento autónomo con distancia crítica en temas o cuestiones controvertidas.
- G8. Aceptar la diversidad de puntos de vista como un ingrediente fundamental de la vida académica y consustancial a la sociedad contemporánea, y ser capaz de dar a conocer las propias opiniones dentro del respeto a las opiniones divergentes.
- G9. Tener consolidados hábitos de autodisciplina, autoexigencia y rigor en la realización del trabajo académico, así como en la organización y en su correcta temporalización.
- G10. Tener una actitud proactiva en el deseo de conocer aquello ignorado, imprescindible en todo proceso formativo y en toda actividad profesional con proyección.
- G11. Ser capaz de aplicar con flexibilidad y creatividad los conocimientos adquiridos y de adaptar a contextos y situaciones nuevas.
- G17. Utilizar la información adecuada en la formulación de propuestas y la resolución de problemas.
- G18. Aplicar el razonamiento económico a la toma de decisiones.

G20. Aplicar los conocimientos y los procedimientos relevantes a un abanico de situaciones complejas.  
G21. Identificar los factores clave de un problema.

La asignatura permitirá al alumno entender los principales problemas estratégicos de la empresa y fomentará, a través del uso intensivo del método del caso, el trabajo en grupo y las habilidades de expresión oral y escrita.

#### **Competencias específicas:**

- E1. Ser capaz de desarrollar cualquier tipo de función dentro del ámbito de la dirección y gestión en empresas.
- E2. Ser capaz de crear y gestionar el propio negocio.
- E3. Estar capacitado para asumir la dirección de cualquier área funcional o departamento de la empresa: recursos humanos, comercial, finanzas, etc.
- E4. Resolver los problemas de gestión y dirección que se presentan en la empresa.
- E5. Realizar tareas de asesoría y consultoría empresarial.
- E6. Liderar personas y equipos, motivándolos y dirigiendo los cambios.
- E7. Ser capaz de negociar adecuadamente para obtener acuerdos favorables y sostenibles.

Para que el estudiante supere esta asignatura debe conseguir un **nivel competencial alto**.

### **3. Contenidos**

#### **Tema 1. Introducción a la estrategia**

Definición de estrategia, sostenibilidad, niveles de estrategia, proceso de formulación de la estrategia, modelos de negocio innovadores.

#### **Tema 2. Análisis del entorno general**

Análisis STEEP, escenarios, método Delphi.

#### **Tema 3. Entorno competitivo**

Mapa del sector, 5 forces de Porter, Stakeholders, modelos de decisión, grupos estratégicos, mapa de posicionamiento, etc.

#### **Tema 4. Análisis interno**

Cadena de valor Porter, cadena de McKinsey, Core business.

#### **Tema 5. Ventaja competitiva / decisión de la estrategia / sostenibilidad**

#### **Tema 6. Fundamentos organizativos**

#### **Tema 7. Modelos de negocio / implantación de la estrategia**

#### **Tema 8. DAFO/SWOT**

#### **Proyecto / informe final**

## 4. Evaluación

Los criterios que se tendrán en cuenta para la evaluación de la asignatura serán:

- Examen parcial:** 15% de la nota final.
- Elaboración **del proyecto de análisis estratégico de una empresa:** 30% de la nota final.
- Seminario y **participación activa:** 20%.
- Examen **final:** 35% de la nota final.

Se tendrán que superar todas las partes por separado (de forma independiente).

En esta asignatura se valorarán tanto las habilidades analíticas del alumno como su capacidad de expresión y presentación, así como la participación activa en clase.

## 5. Bibliografía y recursos didácticos

### 5.1. Bibliografía básica

- ACCID. *Noves tendències en management*. 2010. [Diversos autors].
- BESANKO, D. et al. *Economics of strategy*. Nueva York: Wiley, 2007.
- CASTILLO CLAVERO A. M. et al. *Casos prácticos de administración y dirección de empresas*. Madrid: Pirámide, 2007.
- GARCÍA DEL JUNCO, J. et al. *Casos prácticos de economía de la empresa*. Madrid: Pirámide, 1998.
- GRANT, R. M. *Contemporary Strategy Analysis: Concepts, Techniques applications*. 5ª ed. Cambridge, Mass.: Blackwell, 2005.
- GUERRAS MARTIN, L. A.; NAVAS LOPEZ, J. E. *Dirección estratégica de la empresa*. 4ª edición. Madrid: Thomson Civitas, 2008.
- HELLRIEGEL, JACKSON; SLOCUM. *Administración. Un enfoque basado en competencias*. Ed. Thomson, 2005.
- HERNÁNDEZ ORTÍZ M. J. et al. *Casos prácticos de administración y organización de empresas*. Madrid: Pirámide, 2000.
- JOHNSON, G. K. SCHOLES; WHITTINGTON, R. *Dirección estratégica*. 7ª ed. Madrid: Prentice-Hall, 2005.
- JOHNSON, G. K. SCHOLES; WHITTINGTON, R. *Exploring Corporate Strategy*. 7ª ed. Essex: Pearson, 2007.
- PORTER, M. E. *Estrategia competitiva*. México: C.E.C.S.A., 1984.
- PORTER, M. E. *Ventaja competitiva*. México: C.E.C.S.A., 1987.

- SENGE, Peter. *The necessary revolution*. Nicolas Bredley Publishing, 2008.
- THOMPSON, A. R.; STRICKLAND, A. J.; GAMBLE, J. E. *Administración estratégica*. 15ª ed. México: McGraw-Hill, 2008.



## 5.2. Recursos didácticos

<http://www.contemporarystrategyanalysis.com/about7thedition.php>

<http://www.themanager.org/index.html>

[http://www.12manage.com/management\\_dictionary.html](http://www.12manage.com/management_dictionary.html)

## 6. Metodología

El proceso de enseñanza y aprendizaje de la asignatura se desarrollará de la siguiente manera:

### Clases magistrales:

Habrán 14 sesiones de clases magistrales, que tendrán una duración de 1 hora 30 minutos cada una. La función de estas clases es dotar al alumno de las herramientas conceptuales básicas de la estrategia empresarial. En las clases magistrales el estudiante adopta un papel más bien receptivo. Combinación de las clases magistrales con un uso intensivo del método del caso. Se analizarán diferentes casos de empresa que repasan los principales problemas estratégicos analizados en la parte teórica de la asignatura. Algunos de estos casos se podrán hacer en horario de clase teórica.

### Seminarios:

Habrán 6 seminarios, que tienen como finalidad que los estudiantes pongan en práctica y en común los contenidos trabajados en las clases magistrales. Este aprendizaje se produce con la participación activa de los estudiantes en el mismo seminario mediante diferentes actividades, donde se trabajarán temas relativos a estrategia y sostenibilidad en el mundo empresarial. Se tratarán casos reales de empresas que han incluido en su estrategia la sostenibilidad como factor clave.

### Estudios guiados:

Los alumnos, en grupos de 4-5, deberán elegir una empresa de nuestro entorno y analizar su situación estratégica actual, hacer una evaluación de la misma y dar soluciones de futuro. El trabajo se tendrá que entregar en el momento en que comiencen a hacerse las presentaciones en público (últimas semanas de clase). Durante el curso, los profesores guiarán a los grupos.

## 7. Programación de actividades

SEM	Dijous 10h30-12h	Divendres 10h30-12h	Tema/Contenido
1	12 de gener		Presentació / Definició i orígens de l'estratègia
1		13 gener	Definició i orígens de l'estratègia (Cas)
2	19 gener		Tema 2. Propòsitos y valores. Macroentorno. STEEP
2		20 gener	Tema 2. Propòsitos y valores. Macroentorno. STEEP/ PEC
3	26 gener		Tema 3-Anàlisi competitiu
3		27 gener	Tema 3-Anàlisi competitiu (CAS)
4	2 febrer		Tema 4-Anàlisi intern ( CAS)
4		3 febrer	Tema 4-Anàlisi intern/ seguiment PEC
5	9 febrero		Tema 5-Avantatge competitiva
5		10 febrer	Tema 5-Avantatge competitiva (CAS)
6	16 febrer		Tema 6-Fonaments organitzatius
6		17 febrer	Tema 7. Modelo de Negocio
7	23 febrer		Tema 8. DAFO/SWOT
7		24 febrer	Implantació
8	1 març		PRESENTACIONS
8		2 març	PRESENTACIONS
9	8 març		PRESENTACIONS
9		9 març	PRESENTACIONS
10	15 març		PRESENTACIONS
10		16 març	PRESENTACIONS