

Dirección Estratégica 1

Curso 2016-2017

MÓDULO	MATERIA	CURSO	SEMESTRE	CRÉDITOS	TIPO
Formación Obligatoria	Dirección Estratégica 1	4º	1º	4,5	Troncal
PROFESOR(ES)			DIRECCIÓN COMPLETA DE CONTACTO PARA TUTORÍAS (Dirección postal, teléfono, correo electrónico, etc.)		
<ul style="list-style-type: none"> • José Benitez Amado⁽¹⁾ • Manuel Ríos de Haro⁽²⁾ • José Manuel de la Torre Ruiz⁽³⁾ • Antonio Rueda Manzanares⁽⁴⁾ 			Dpto. Organización de Empresas . Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. (1) Correo electrónico: joseba@ugr.es ; Teléfono: 958 242840; Despacho: B-220 (2) Correo electrónico: mrrios@ugr.es ; Despacho: B-101 (3) Correo electrónico: jmtorre@ugr.es ; Despacho: B-222 (4) Correo electrónico: arueda@ugr.es ; Teléfono: 241000 ext. 20175; Despacho: B-215		
			HORARIO DE TUTORÍAS		
			http://organizacionempresas.ugr.es		
LICENCIATURA EN LA QUE SE IMPARTE					
Licenciado en ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS Y DERECHO					
REQUISITOS Y/O RECOMENDACIONES (si procede)					
En general, se aconseja haber cursado y superado los dos primeros cursos de la titulación en la que se integra la asignatura. En particular, también se recomienda haber cursado y superado las asignaturas previas (troncales, obligatorias y optativas) integradas en el área de conocimiento de Organización de Empresas.					
BREVE DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS					
<ul style="list-style-type: none"> • Fundamentos de Dirección Estratégica • Análisis estratégico externo e interno; entorno general y particular • Formulación y diseño de estrategias competitivas 					



COMPETENCIAS GENERALES Y ESPECÍFICAS

- Realizar un análisis estratégico.
- Tomar decisiones sobre cómo se deben satisfacer las expectativas contrapuestas de las distintas partes interesadas.
- Analizar los distintos tipos de opciones estratégicas que tienen las empresas.
- Evaluar, seleccionar e implantar estrategias en la empresa.
- Identificar los problemas relacionados con la forma de llevar a la práctica las decisiones estratégicas.
- Decidir y formular planes de acción ante problemáticas reales de negocio de empresas nacionales e internacionales.
- Comunicar sus ideas, inquietudes o propuestas de forma adecuada con compañeros de trabajo, jefes, subordinados o clientes y de trabajar en equipo.

OBJETIVOS (EXPRESADOS COMO RESULTADOS ESPERABLES DE LA ENSEÑANZA)

- Adquirir un conocimiento avanzado de los fundamentos conceptuales básicos de la dirección estratégica de la empresa. Los conceptos y terminología específica de la disciplina (qué es la estrategia y la dirección estratégica) y el papel que la dirección estratégica desempeña dentro de la empresa deben ser comprensibles para el alumno.
- Obtener un alto nivel de formación en materia de análisis estratégico y de resolución de situaciones de negocio reales aplicando el método del caso.
- Conseguir conocer con profundidad las características básicas de los distintos patrones estratégicos que se han ido delimitando para las empresas. El estudio de estas cuestiones se estructura alrededor del análisis de las diferentes tipologías de opciones estratégicas existentes.
- Comprender con claridad los problemas y planteamientos estratégicos a los que se enfrentan en situaciones reales las empresas. Para ello el alumno debe conocer cómo varían las prioridades estratégicas a nivel corporativo, de negocio y funcional.
- Conocer las circunstancias que nos permiten o impiden transformar las estrategias elegidas en acciones de la empresa. Para ello, el alumno debe comprender la interacción que se produce entre la estrategia de la empresa, y los elementos sociales y estructurales de la misma.

TEMARIO DETALLADO DE LA ASIGNATURA



	BIBLIOGRAFÍA
TEMA 1- FUNDAMENTOS DE DIRECCIÓN ESTRATÉGICA Y ESTRATEGIA EMPRESARIAL.	Guerras y Navas (2007)
1.1. Introducción	Cap. 1 Pág. 37 Cap. 1.3.1, págs. 60-63
1.2. La naturaleza de la estrategia y las decisiones estratégicas. 1.2.1. Las características de las decisiones estratégicas. 1.2.2. Niveles de la estrategia.	Cap. 1.1 págs. 39-48
1.3. La dirección estratégica. 1.3.1. El análisis de la posición estratégica. 1.3.2. La elección estratégica. 1.3.3. La implantación de la estrategia.	Cap. 1.2, págs. 49-60
1.4. Hacia una visión integradora de la dirección estratégica 1.4.1. Estrategias deliberadas y emergentes 1.4.2. La racionalidad en el proceso de decisión estratégica 1.4.3. Aspectos organizativos del proceso de dirección estratégica	Cap. 1.4, págs. 64-74
	BIBLIOGRAFÍA
Tema 2- Los objetivos y la creación de valor	Guerras y Navas (2007)
2.1. La misión y la visión de la empresa 2.1.1. La misión de la empresa 2.1.2. La visión y el propósito estratégico	Cap. 3.1, págs. 115-119
2.2. Los objetivos estratégicos	Cap. 3.2, págs.120-123
2.3. La creación de valor como objetivo de la empresa	Cap. 2.1, págs. 81-83
2.4. Los grupos de interés en la empresa (stakeholders)	Cap. 2.2 págs. 83-87
2.5. El gobierno de la empresa	Cap. 2.3 págs. 87-100
	BIBLIOGRAFÍA
TEMA 3- EL ENTORNO GENERAL DE LA EMPRESA	Guerras y Navas (2007)
3.1. Introducción.	Cap. 4., pág. 139
3.2. Concepto y tipología del entorno 3.2.1. Concepto de entorno 3.2.2. Nivel de incertidumbre del entorno	Cap. 4.1, págs.141-144
3.3. Análisis del entorno general. 3.3.1. Análisis PESTEL 3.3.2. El diamante de Porter	Cap. 4.2. págs. 144-151
3.4. Análisis del entorno futuro: El método de los escenarios	Cap. 4.3, págs. 158-164
	BIBLIOGRAFÍA
TEMA 4- EL ENTORNO PARTICULAR DE LA EMPRESA.	Guerras y Navas (2007)
4.1. Delimitación del entorno específico	Cap. 5.1, págs. 169-176
4.2. Análisis de la estructura de la industria 4.2.1. Intensidad de la competencia actual	Cap. 5.2, págs. 176-190



4.2.2. Competidores potenciales 4.2.3. Productos sustitutivos 4.2.4. Poder negociador de los proveedores y de los clientes 4.2.5. Limitaciones del modelo de las cinco fuerzas competitivas	
4.3. Segmentación de la industria: Grupos estratégicos	Cap. 5.3, págs. 190-193
	BIBLIOGRAFÍA
TEMA 5- EL ANÁLISIS INTERNO DE LA EMPRESA: ENFOQUES Y TÉCNICAS	(1) Johnson et al. (2006), (2) Guerras y Navas (2007)
5.1. Introducción.	(1) Cap. 3.1, págs. 114-115
5.2. Fundamentos de la capacidad estratégica 5.2.1. Recursos y capacidades 5.2.2. Recursos y capacidades umbral 5.2.3. Recursos únicos y competencias nucleares	(1) Cap. 3.2, págs. 115-119
5.3. Evaluación estratégica de los recursos y capacidades. 5.3.1. Criterios para la obtención de la ventaja competitiva 5.3.2. Criterios para el mantenimiento de la ventaja competitiva 5.3.3. Criterios para la apropiación de las rentas de la ventaja competitiva 5.3.5. Capacidades dinámicas	(1) Cap. 3.4, págs. 123-131
5.4. Diagnóstico de la capacidad estratégica 5.4.1. La cadena de valor y la red de valor 5.4.2. El perfil estratégico de la empresa 5.4.3. Benchmarking 5.4.4. Análisis DAFO	(2) Cap. 6.2, págs. 205-212 Cap. 6.1.2., págs. 203-205 Cap. 6.3., págs. 212-215 Cap. 6.5., págs. 219
	BIBLIOGRAFÍA
TEMA 6- ESTRATEGIAS COMPETITIVAS GENÉRICAS (1): EL LIDERAZGO EN COSTES	(1) Porter (2012a), (2) Guerras y Navas (2007)
6.1. Introducción a las estrategias competitivas	(1) Cap. 2.1 y 2.2, págs. 77-87
6.2. Fuentes de la ventaja en costes	(2) Cap. 8.2.1, págs. 276-281.
6.3. Barreras a la imitación	(2) Cap. 8.2.2., págs. 281-283
6.4. Condiciones de aplicación	(2) Cap. 8.2.3., pág. 283
6.5. Riesgos de la ventaja en costes	(2) Cap. 8.2.4., págs. 283-285
NOTA: Este capítulo será completado con Porter (2012a), capítulo 3, págs. 93-150).	
	BIBLIOGRAFÍA
TEMA 7- ESTRATEGIAS COMPETITIVAS GENÉRICAS (2): LA DIFERENCIACIÓN	(1) Porter (2012b), (2) Guerras y Navas (2007)
7.1. Fuentes de diferenciación	(1) Cap. 4.1, págs. 153-159
7.2. La diferenciación y el valor del comprador	(1) Cap. 4.3, págs. 162-182



7.3. Barreras a la imitación	(2) Cap. 8.3.2., págs. 290
7.4. Condiciones de aplicación	(2) Cap. 8.3.3., págs. 290
7.5. Riesgos de la ventaja en diferenciación	(2) Cap. 8.3.4., págs. 291-293

BIBLIOGRAFÍA

BUENO CAMPOS, E. (2006): Dirección estratégica: Desarrollo de la estrategia y análisis de casos, Pirámide, Madrid.

GRANT, R.M. (2002): Dirección estratégica: Conceptos, técnicas y aplicaciones, Editorial. Civitas, Madrid.

GUERRAS MARTÍN, L.A. y NAVAS LÓPEZ, E. (2007): La Dirección Estratégica de la Empresa: Teoría y Aplicaciones (4ª Edición). Editorial Thomson-Civitas, Navarra.

GUERRAS MARTÍN, L.A. y NAVAS LÓPEZ, E. (2008): Casos de dirección estratégica de la empresa (4ª Edición). Editorial Thomson-Civitas, Navarra.

JOHNSON, G., SCHOLLES, K. y WHITTINGTON, R. (2006): Dirección estratégica, (7ª Edición). Prentice-Hall, Madrid.

NAVAS LÓPEZ, J.E. y GUERRAS MARTÍN, L.A. (2012): Fundamentos de Dirección Estratégica de la empresa. Editorial Thomson-Civitas, Navarra.

PORTER, MICHAEL E. (2012a): Estrategia competitiva: Técnicas para el análisis de la empresa y sus competidores. Pirámide, Madrid.

PORTER, MICHAEL E. (2012b): Ventaja competitiva: Creación y sostenibilidad de un rendimiento superior. Pirámide, Madrid.

METODOLOGÍA DOCENTE

Asignatura sin docencia presencial.

En el temario aportado en esta guía se puede consultar la bibliografía específica que será necesario estudiar de cara a superar la asignatura.

Los profesores estarán disponibles en sus correspondientes horarios de tutorías para resolver dudas relacionadas con el contenido de la asignatura.

EVALUACIÓN (INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN, CRITERIOS DE EVALUACIÓN Y PORCENTAJE SOBRE LA CALIFICACIÓN FINAL, ETC.)

El alumno será evaluado a través de un único examen compuesto por 20 preguntas, donde se deberá indicar si las afirmaciones propuestas son verdaderas o falsas, justificando las que sean falsas. Para aprobar la asignatura será condición necesaria aprobar este examen (5/10). Este sistema de evaluación será aplicable a todas las convocatorias del curso.

La presentación al examen final escrito, requerirá la identificación del alumno mediante el D.N.I, el cual será requerido al final del mismo, no admitiéndose exámenes que no cumplan con ese requisito.

INFORMACIÓN ADICIONAL

