



Departamento de
Organización de Empresas
Universidad de Granada

DIRECCIÓN ESTRATÉGICA II

DOBLE LICENCIATURA LADE - DERECHO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
CURSO 2016-2017

PROFESORADO:

Oscar F. Bustinza Sánchez	Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Despacho A-201	958 241000 ext. 20177 oscarfb@ugr.es
M ^a Mercedes Romerosa Martínez	Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Despacho A-210	958 243706 romerosa@ugr.es
Javier Tamayo Torres	Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Despacho B-218	958 241586 jatamayo@ugr.es
José Manuel de la Torre Ruiz (Coordinador)	Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Despacho B-222	958249596 jmtorre@ugr.es
Antonio Rueda Manzanares	Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Despacho B-215	958 241000 ext. 20175 arueda@ugr.es

OBJETIVOS DE LA ASIGNATURA

Con el desarrollo del presente programa se pretende que el alumno adquiera un conocimiento suficiente de la problemática de la dirección estratégica en la empresa, y alcance un nivel de formación básica en materia de análisis estratégico.

Para ello la asignatura se ha estructurado en cuatro partes interrelacionadas:

- La primera y segunda parte recogen diferentes tipologías de estrategia. Los conocimientos adquiridos permitirán que el alumno valore adecuadamente el papel de la formación estratégica en la adopción de decisiones gerenciales.
- La tercera parte está relacionada con la planificación, evaluación, implantación y control de la estrategia. Los temas correspondientes a esta parte permitirán mostrar al alumno cómo la estrategia entra en acción, cómo se lleva a la práctica y cómo tiene que existir un control para que su implantación sea exitosa.

METODOLOGÍA DOCENTE

Asignatura sin docencia presencial.

Los medios que se utilizará para la comprensión y asimilación de los conocimientos por el alumno son los siguientes:

- Manuales recomendados para cada uno de los temas a desarrollar. En el temario adjunto se indicará específicamente el contenido que debe estudiarse de cada manual.
- Tutorías en las horas y días establecidos por el profesor correspondiente.

SISTEMA DE EVALUACIÓN

La nota final de la asignatura se establecerá en los intervalos habituales de 0 a 10. A efectos de evaluación, en todas las convocatorias se obtendrá la calificación final tras superar un examen teórico (en la fecha prevista dentro del calendario oficial de exámenes), que versará sobre los contenidos del programa. El examen constará de 20 preguntas de tipo Verdadero/Falso, en el que deberán justificarse aquellas preguntas que sean consideradas falsas. La puntuación correspondiente a cada pregunta se especificará en el examen.

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.

TEMARIO (CON BIBLIOGRAFÍA DETALLADA)

TEMA 1: DIRECCIONES DE DESARROLLO: EL CAMPO DE ACTIVIDAD Y LA EXPANSIÓN

Bibliografía. Guerras y Navas (2007): La dirección estratégica de la empresa (4ª edición). CAPÍTULOS 11 y 12.

- 1.1. Introducción. **Cap. 11.1**
- 1.2 El crecimiento y el desarrollo de la empresa. **Cap. 11.2**
- 1.3. Las direcciones de desarrollo. **Cap. 11.3**
- 1.4. La estrategia de expansión: **Cap. 11.4**
 - 1.4.1. Penetración en el mercado
 - 1.4.2. Desarrollo de productos
 - 1.4.3. Desarrollo de mercados
- 1.5. La diversificación empresarial. **Cap. 12.1-12.4**

TEMA 2: SECTORES GLOBALES Y SECTORES FRAGMENTADOS

Bibliografía. Guerras y Navas (2007): La dirección estratégica de la empresa (4ª edición). CAPÍTULOS 16 y 9.

- 2.1. La empresa multinacional. **Cap. 16.1**
 - 2.1.1. Concepto de empresa multinacional
 - 2.1.2. Razones para la internacionalización
- 2.2. La competencia global: factores y estrategias. **Cap. 16.2**
 - 2.2.1. Concepto de industrias globales y multipaís
 - 2.2.2. Factores de globalización
 - 2.2.3. Alternativas estratégicas para competir internacionalmente
- 2.3. Estrategias de entrada en mercados exteriores. **Cap. 16.3**
 - 2.3.1. Selección del país de destino
 - 2.3.2. Estrategias de entrada
 - 2.3.3. Análisis comparativo de las estrategias de entrada
- 2.4. Los sectores fragmentados. **Cap. 9.4**

SEGUNDA PARTE: PROCESOS DE EVOLUCIÓN DE LOS SECTORES INDUSTRIALES

TEMA 3: LA EVOLUCIÓN DEL SECTOR INDUSTRIAL

- 3.1. La evolución del sector a través del modelo del “ciclo de vida”.
Porter (1980): Estrategia competitiva: Técnicas para el análisis de la empresa y sus competidores. Ed. Pirámide. CAPÍTULO 8, págs. 205-233 (excepto 207-211).
 - 3.2. Entorno estructural y características de la fase emergente.
 - 3.2.1. Implicaciones estratégicas dentro de estos sectores
 - 3.2.2. Implicaciones estratégicas respecto a la pertenencia temprana o tardía de la empresa al sector.
- Guerras y Navas (2007): La dirección estratégica de la empresa (4ª edición). CAPÍTULO 9.1, págs 305-310.**

3.3. Entorno estructural y características de la fase de crecimiento.

3.3.1. Implicaciones estratégicas dentro de estos sectores.

Olea Porcel (2007): Dirección estratégica de la empresa II. Cap. 15.4

3.4. Entorno estructural y características de la fase de madurez.

3.4.1. Implicaciones estratégicas dentro de estos sectores.

**Guerras y Navas (2007): La dirección estratégica de la empresa (4ª edición).
CAPÍTULO 9.2**

3.5. Entorno estructural y características de la fase de declive.

3.5.1. Implicaciones estratégicas dentro de estos sectores.

**Guerras y Navas (2007): La dirección estratégica de la empresa (4ª edición).
CAPÍTULO 9.3**

3.6. Limitaciones y restricciones del modelo del “ciclo de vida”.

Porter (1980): Estrategia competitiva: Técnicas para el análisis de la empresa y sus competidores. Ed. Pirámide. CAPÍTULO 8, págs. 207-211.

TEMA 4: LAS MATRICES DE ANÁLISIS ESTRATÉGICO

**Menguzzato, M. y Renau, J.J. (1991): “La dirección estratégica de la empresa. Un enfoque innovador del management”. Editorial Ariel, Barcelona.
Capítulo 8.**

4.1. Modelos de análisis y técnicas de formulación de estrategias.

4.1.1. Las matrices de cartera de productos como modelos de análisis estratégico.

4.2. Las matrices de análisis estratégico.

4.2.1. Matriz del BCG o de crecimiento-cuota de mercado.

4.2.2. Matriz General Electric-McKinsey o de posición competitiva-atractivo del sector.

4.2.3 Matriz ADL o de posición competitiva-madurez del sector.

4.3. Otros modelos y técnicas de diagnóstico.

TERCERA PARTE: PLANIFICACIÓN, EVALUACIÓN, SELECCIÓN, IMPLANTACIÓN Y CONTROL DE LA ESTRATEGIA

TEMA 5: EVALUACIÓN E IMPLANTACIÓN DE LA ESTRATEGIA

**Guerras y Navas (2007): La dirección estratégica de la empresa (4ª edición).
CAPÍTULOS 17 y 19**

5.1. El proceso de evaluación y selección de estrategias. **Cap. 17.1**

5.1.1. La adecuación de las estrategias.

5.1.2. La factibilidad de las estrategias.

5.1.3. La aceptabilidad de las estrategias.

5.2. La implantación de la estrategia. **Cap. 17.2**

5.2.1. Actividades de la implantación estratégica.

5.2.2. Factores de éxito y fracaso de la implantación.

5.3. El cambio organizativo. **Cap. 17.3**

TEMA 6: LA IMPLANTACIÓN DE LAS ESTRATEGIAS: EL SOPORTE ORGANIZATIVO

Guerras y Navas (2007): La dirección estratégica de la empresa (4ª edición). CAP. 18

- 6.1. El diseño de la estructura organizativa. **Cap. 18.1**
 - 6.1.1. Tipos de estructura organizativa.
 - 6.1.2. El diseño de la estructura primaria.
 - 6.1.3. El diseño de la estructura operativa.
- 6.2. La dirección y el liderazgo. **Cap. 18.2**
 - 6.2.1. Estilos de dirección y liderazgo y tipos de estrategia.
 - 6.2.2. Las actividades del liderazgo en la implantación estratégica.
- 6.3. La dirección estratégica de los recursos humanos. **Cap. 18.3**
- 6.4. La cultura organizativa. **Cap. 18.4**
 - 6.4.1. El papel de la cultura en la empresa.
 - 6.4.2. Factores de contexto de la cultura organizativa.
 - 6.4.3. Congruencia entre estrategia y cultura organizativa.
 - 6.4.4. Factores que influyen en el cambio de cultura organizativa.
 - 6.4.5. La gestión del cambio de la cultura organizativa.

TEMA 7: LA PLANIFICACIÓN Y EL CONTROL ESTRATÉGICO

Guerras y Navas (2007): La dirección estratégica de la empresa (4ª edición).

CAPÍTULO 19.

- 7.1. La planificación estratégica. **Cap. 19.1**
- 7.2. Las estrategias funcionales. **Cap. 19.2**
- 7.3. El control estratégico. **Cap. 19.3**
 - 7.3.1. La medición de los resultados de la empresa.
 - 7.3.2. La definición de sistemas de control interno.
- 7.4. El diseño de un sistema de información. **Cap. 19.4**

BIBLIOGRAFÍA

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

MENGUZZATO, M. y RENAU, J.J. (1991): “La dirección estratégica de la empresa. Un enfoque innovador del management”. Editorial Ariel, Barcelona.

JOHNSON, G. y SCHOLLES, K., Whittington, R. (2006): “Dirección Estratégica”, (7ª Edición). Editorial Prentice Hall, México.

OLEA PORCEL, B. (2007): “Dirección estratégica de la empresa II”. Copicentro Granada.

PORTER (1980): Estrategia competitiva: Técnicas para el análisis de la empresa y sus competidores. Ed. Pirámide.