

GUÍA DOCENTE

Curso Académico 2021/22

1. Dirección Estratégica de la Empresa

1.1. Datos de la asignatura

Tipo de estudios	Grado
Titulación	Grado en Administración y Dirección de Empresas
Nombre de la asignatura	Dirección Estratégica de la Empresa
Carácter de la asignatura	Obligatoria
Curso	3
Idioma de impartición	Español
Coordinador/a de la asignatura	Fernández Rodríguez, Vicente
Semestre	6º Semestre
Número de créditos	6

Course data

Study type	Degree
Degree	Bachelor's Degree in Business Administration
Course name	Strategic Business Management
Course character	Required Courses
Course	3
Language	Spanish
Responsible	Fernández Rodríguez, Vicente
Semester	6th Semester

ECTS Credits	6
--------------	---

1.2. Datos del equipo de profesores

Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

Página web: www.uloyola.es

Departamento de Gestión Empresarial

Apellidos, Nombre	Correo electrónico
Morales Fernández, Emilio	emorales@uoyola.es
Fernández Portillo, Luis	portillo@uoyola.es
Elena Pérez, Susana	selena@uoyola.es
Fernández Rodríguez, Vicente	vicentef@uoyola.es

1.3. Requisitos previos

Al tratarse de una asignatura de Dirección General, se requieren conocimientos generales de Administración de Empresas, Organización de Empresas, Dirección Financiera, Dirección de Recursos Humanos, Dirección Comercial, etc. Se supone que un alumno de 3^{er} curso de Grado en Administración y Dirección de Empresas ha cursado suficientes asignaturas de este tipo como para poder cursar con aprovechamiento esta materia.

1.4 Objetivos del curso

La contribución de esta asignatura a la formación de la persona que se gradúa se materializa a través de los siguientes objetivos:

- **GENERAL:**

Facilitar al futuro graduado en Administración de Empresas la adquisición de los conocimientos y la comprensión necesarios sobre la formulación e implementación de las estrategias empresariales, contribuyendo así a la capacitación en la formulación de problemas y en la toma de decisiones en la empresa como un todo. La interdisciplinariedad es una de las aportaciones más importantes de la asignatura.

Se pretende que el alumno esté en disposición de dar respuesta a las siguientes preguntas relativas a la organización:

- ¿Para qué estamos aquí? (Dimensión ética).
- ¿Dónde estamos ahora? (Diagnóstico).
- ¿Dónde queremos estar? (Visión, misión, objetivos).
- ¿Cómo llegamos hasta ahí? (Estrategia, estructura, procesos).

Córdoba/Sevilla, 5 de julio de 2021

Universidad Loyola Andalucía

Campus Córdoba, C/ Escritor Castilla Aguayo 4, 14004 Córdoba (España). Tlf: (+34) 957 222 100

Campus Sevilla, Avda. de las Universidades s/n. Dos Hermanas, Sevilla (España) Telf: (+34) 955 641 600

- **ESPECÍFICOS:**

1. Comprender la estrategia empresarial: su justificación e importancia.
2. Aplicar técnicas fundamentales del análisis estratégico (externo e interno) para el diagnóstico empresarial.
3. Valorar las opciones estratégicas fundamentales, así como la problemática de su implementación, destacando la importancia de la cultura empresarial y de las consecuencias éticas de aquellas.
4. Analizar la empresa como sistema global comprendiendo las relaciones y conexiones entre sus partes constitutivas.
5. Trabajar en equipo, aspecto sustancial en el trabajo de cualquier organización.
6. Contribuir al desarrollo de competencias del alumnado, en particular las siguientes:

A. Competencias Generales y Transversales

1. Elegir la mejor alternativa para actuar siguiendo un proceso sistemático y responsabilizándose del alcance y consecuencias de la opción tomada (CG1. Toma de decisiones).
2. Integrarse y colaborar de forma activa en la consecución de objetivos comunes con otras personas, áreas y organizaciones (CG7. Trabajo en equipo).

Como consecuencia, se buscará desarrollar en el alumnado su capacidad para resolver problemas en el ámbito empresarial

B. Competencias Específicas

1. Adquirir una visión estratégica de la dirección de empresas que permita establecer objetivos y propuestas de desarrollo en los diferentes niveles de la organización (CE24).

1.5. Asistencia a clase

La normativa académica general de la Universidad y el sistema de evaluación de la asignatura establecen los niveles de asistencia y participación mínimos exigidos para poder ser evaluados, tanto en convocatoria ordinaria como extraordinaria.

1.6. Contenidos del programa

El programa de la asignatura se estructura en 8 temas.

Tema 1. La naturaleza de la dirección estratégica.

Las decisiones estratégicas.

El proceso de dirección estratégica y su responsabilidad.

La Dirección Estratégica como ámbito de estudio.

Tema 2. La orientación y los valores de la empresa.

La misión, la visión y los objetivos estratégicos.

La identificación de los grupos de interés: cultura, expectativas y poder.

Los valores de la empresa.

Tema 3. Análisis del entorno.

El entorno de la empresa.

Análisis del entorno general.

Análisis del entorno competitivo.

Tema 4. Análisis interno.

El diagnóstico interno.

La cadena de valor.

El análisis de los recursos y capacidades.

El análisis DAFO.

Tema 5. Estrategias y ventajas competitivas.

Estrategia y ventaja competitiva.

La ventaja competitiva en costes.

La ventaja competitiva en diferenciación de producto.

El modelo del “reloj estratégico”.

Estrategias según el ciclo de vida de la industria.

Tema 6. Formulación de la estrategia corporativa. (Capítulos 6 y 7 del manual).

El campo de actividad y el desarrollo de la empresa.

La expansión de actividades.

La diversificación de actividades.

La integración vertical.

La reestructuración de actividades.

Desarrollo interno frente a desarrollo externo. Fusiones y adquisiciones de empresas. La cooperación entre empresas.

Tema 7. La estrategia de internacionalización.

La empresa multinacional.

La competencia global: factores y estrategias.

Estrategias de entrada en mercados exteriores.

La dirección de la empresa multinacional.

Tema 8. Evaluación e implementación de estrategias. (Capítulo 9 del manual).

El proceso de evaluación y selección de estrategias.

La implantación de la estrategia.

La definición del soporte organizativo.

Los sistemas administrativos de apoyo.

Contents

The syllabus is divided in two main parts: Basic Concepts on Strategic Management, and the Strategic Process.

1. About Strategic Management

Strategic decisions. The process of Strategic Management.

2. Corporate objectives and values.

Corporate mission, vision and strategic objectives. Corporate stakeholders: culture, expectations and power. Corporate values.

3. Environmental Analysis

The business environment: concepts and types. Analysis of the general environment. Analysis of the competitive environment.

4. Internal Analysis

Competitive advantage. A firm's internal diagnosis. The value chain. Analysis of resources and capabilities. SWOT analysis.

5. Competitive Strategy Formulation

Porter's generic strategies: cost leadership, differentiation, focus. The Strategic Clock. Strategies based on and industry's maturity state.

6. Corporate Strategy Formulation

The scope of the firm and its strategic development. Expansion strategy. Firm diversification. Vertical integration. Restructuring the business portfolio. Internal vs. external development. Mergers and acquisitions. Strategic alliances: cooperation between firms.

7. Internationalisation

The multinational firm

Global competition: determinant factors and strategies

Entry strategies for international markets

Managing a multinational firm

8. Evaluation, monitoring and implementation of strategies

The process of evaluating and selecting strategies. Strategy implementation. Defining the organizational medium. Strategic monitoring.

1.7. Referencias de consulta

A) Básica

- GUERRAS MARTÍN, L.A. y NAVAS LÓPEZ, J.E. (2016), Fundamentos de Dirección Estratégica de la empresa. 2ª edición. Ed. Thomson-Reuters, Pamplona. Versión EBOOK accesible desde el enlace a la Base de Datos [Aranzadi Proview Libros](https://proview-thomsonreuters-com.recursos.uloyola.es/title.html?redirect=true&titleKey=aranz%2Fmonografias%2F171310704%2Fv2.4&titleStage=F&titleAcct=i0adc41910000014a59238039e) de Biblioteca ULOYOLA (EBOOK version accessible from the link to the [Aranzadi Proview Libros](https://proview-thomsonreuters-com.recursos.uloyola.es/title.html?redirect=true&titleKey=aranz%2Fmonografias%2F171310704%2Fv2.4&titleStage=F&titleAcct=i0adc41910000014a59238039e) Database of ULOYOLA Library): <https://proview-thomsonreuters-com.recursos.uloyola.es/title.html?redirect=true&titleKey=aranz%2Fmonografias%2F171310704%2Fv2.4&titleStage=F&titleAcct=i0adc41910000014a59238039e>
- NAVAS LÓPEZ, J.E. y GUERRAS MARTÍN, L.A. (2013). Fundamentals of Strategic Management. Ed. Thomson-Reuters, Pamplona.

b) complementaria

- FERNÁNDEZ, E. (2005). Dirección estratégica de la empresa. Fundamentos y puesta en práctica. Delta.
- GUERRAS MARTÍN, L.A. y NAVAS LÓPEZ, J.E. (2016), La Dirección Estratégica de la empresa. 5ª edición. Ed. Thomson-Reuters, Pamplona. Versión EBOOK accesible desde el enlace a la Base de Datos [Aranzadi Proview Libros](https://proview-thomsonreuters-com.recursos.uloyola.es/title.html?redirect=true&titleKey=aranz%2Fmonografias%2F134345413%2Fv5.10&titleStage=F&titleAcct=i0adc41910000014a) de Biblioteca ULOYOLA (EBOOK version accessible from the link to the [Aranzadi Proview Libros](https://proview-thomsonreuters-com.recursos.uloyola.es/title.html?redirect=true&titleKey=aranz%2Fmonografias%2F134345413%2Fv5.10&titleStage=F&titleAcct=i0adc41910000014a) Database of ULOYOLA Library): <https://proview-thomsonreuters-com.recursos.uloyola.es/title.html?redirect=true&titleKey=aranz%2Fmonografias%2F134345413%2Fv5.10&titleStage=F&titleAcct=i0adc41910000014a>
- HILL, C.W.L. y JONES, G.R. (2005). Administración Estratégica. Un enfoque integrado. 6ª ed. McGraw-Hill.
- JOHNSON, G., SCHOLES, K. y WHITTINGTON, R. (2006) Dirección Estratégica., 7ª ed, Pearson Prentice Hall.

Otras fuentes bibliográficas (revistas):

- Strategic Management Journal.

Córdoba/Sevilla, 5 de julio de 2021

Universidad Loyola Andalucía

Campus Córdoba, C/ Escritor Castilla Aguayo 4, 14004 Córdoba (España). Tlf: (+34) 957 222 100
Campus Sevilla, Avda. de las Universidades s/n. Dos Hermanas, Sevilla (España) Telf: (+34) 955 641 600

- Long Range Planning.
- Harvard-Deusto Business Review.
- Organización Industrial

2. Métodos Docentes

1. El aprendizaje en clase del grupo completo con el profesor.

La asignatura se desarrolla en dos sesiones semanales de dos horas. Con el grupo completo de alumnos, se combinarán los siguientes instrumentos didáctico-docentes:

Lecciones magistrales para los contenidos teóricos. En una parte de las sesiones el profesor presenta lo esencial de la materia, controlando el tiempo de exposición, y dando pautas sobre la forma de trabajar y estudiar la asignatura.

Dinámica de casos prácticos o situaciones: también bajo un enfoque participativo, acompañarán a los contenidos teóricos **situaciones/ejemplos/problemas** relacionados, con los que se pueden discutir aspectos puntuales de la teoría y/o aplicar técnicas concretas. Pueden exigir lecturas adicionales.

Aplicación y Exposición en su caso, por parte de los alumnos, de diferentes partes de la materia a los casos que los profesores propongan. Dicha exposición pretende, bajo un enfoque participativo, su discusión con el profesor y el resto de la clase.

ESTAS ACTIVIDADES SE PROGRAMARÁN PARA SER DESARROLLADAS EN MODO PRESENCIAL, AUNQUE SI LAS CONDICIONES SANITARIAS LO EXIGIERAN, PASARÍAN A DESARROLLARSE EN MODO PRESENCIAL VIRTUAL, SIGUIENDO EL MISMO CRONOGRAMA PREVISTO.

2. El trabajo en grupos pequeños

La aplicación de contenidos prácticos, su eventual exposición, y la resolución de algunas de las actividades o casos trabajados en el aula, se trabajarán en grupos pequeños (de 5 alumnos aproximadamente), de tal forma que el trabajo en equipo contribuya a que el aprendizaje tenga un sentido más global, profundo, integrador y realista.

3. Tutorías

Se harán para el total del grupo y para los equipos de trabajo. Tienen una doble finalidad: de orientación y de seguimiento del avance. Se realizarán normalmente a demanda de los grupos para su orientación, y programadas si se estima oportuno en caso de exposición. Estas tutorías se desarrollarán preferentemente en modo presencial virtual.

Para la mejor planificación y seguimiento por parte del alumno, a principios del curso se le facilitará una programación temporal con todas las actividades a desarrollar en la materia y las fechas correspondientes.

3. Tiempo estimado de trabajo del estudiante

	Nº horas	Nº horas	%
Actividades presenciales*	43		
Clases teóricas:	24		
Clases prácticas:	15		
Seminarios:	0		
Realización pruebas de evaluación:	4		
Actividades no presenciales	107		
(trabajo autónomo del estudiante)			
Preparación de actividades prácticas (ejercicios, trabajos individuales y/o en grupo, etc.)	47		
Estudio semanal y preparación de pruebas.	60		

Especificar otros si el profesor lo considera conveniente 0

Carga total de horas de trabajo
150 100%

(*) ESTAS ACTIVIDADES SE PROGRAMARÁN PARA SER DESARROLLADAS EN MODO PRESENCIAL, AUNQUE SI LAS CONDICIONES SANITARIAS LO EXIGIERAN, PASARÍAN A DESARROLLARSE EN MODO PRESENCIAL VIRTUAL, SIGUIENDO EL MISMO CRONOGRAMA PREVISTO

4. Métodos de evaluación y porcentaje en la calificación final

El sistema de evaluación está orientado por los objetivos que persigue alcanzar este curso, por lo que medirá, tanto la adquisición de conocimientos como el desarrollo de las capacidades recogidas en el apartado correspondiente de esta guía docente.

Pruebas de conocimiento (25%). Pruebas en clase (con un peso global del 25%). Dado el carácter continuo del proceso de formación que se desea promover, estas pruebas no son recuperables en ninguna prueba posterior.

Actividades prácticas (45%). Se evaluarán mediante actividades individuales y en grupo desarrolladas a lo largo del cuatrimestre en un proceso de evaluación continua (ver apartado 2. Métodos docentes).

Las actividades en grupo que requieran trabajo fuera del aula, con entrega y exposición en su caso, tendrán un peso del 30%, condicionado a la asistencia a las sesiones de exposición; aquellas otras actividades, ya sean individuales o en grupo, que se desarrollen como parte de las sesiones presenciales, tendrán un peso en la evaluación de un 15%, condicionado a una participación mínima del 70% de las sesiones presenciales. La calificación obtenida en las actividades, cualquiera que sea, será válida para todas las convocatorias del curso académico. Dado el carácter participativo y continuo de estas actividades, no son recuperables en ninguna prueba posterior.

Prueba final (30%). Incluirá preguntas sobre los conceptos teóricos y, en su caso, análisis de casos prácticos.

Esta prueba se considerará superada con una calificación igual o superior a 5. En caso de no alcanzarse esa calificación en convocatoria ordinaria, el estudiante deberá volver a realizarla en convocatoria extraordinaria. En caso de no superar la prueba, la calificación final máxima a asignar será 4 (suspenso).

La calificación global mínima necesaria para superar la asignatura es de 5 puntos sobre 10.

La adaptación de este sistema de evaluación, en aquellos casos en los que se conceda la exención de obligatoriedad de asistencia que contempla el artículo 50.3 de la Normativa Académica General de la universidad, está condicionada a la solicitud de la exención durante la primera semana del cuatrimestre.

5. Código ético

Todos los miembros de la Universidad Loyola Andalucía tendrán un comportamiento académico ético y se abstendrán conductas no éticas en todas sus formas, incluido el plagio, el engaño, la tergiversación y la falsedad. El plagio o el engaño del estudiante en el trabajo académico individual o grupal o en la conducta de examen resultará sancionada según se indica en la Normativa General Académica de la Universidad