DATOS BÁSICOS DE LA GUÍA DOCENTE:

Materia:	DIRECCIÓN ESTRATÉGICA		
Identificador:	30462		
Titulación:	GRADUADO EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS (BOE 26/11/2010)		
Módulo:	ORGANIZACION DE EMPRESAS		
Tipo:	OBLIGATORIA		
Curso:	3	**Periodo lectivo:**	Segundo Cuatrimestre
Créditos:	6	**Horas totales:**	150
Actividades Presenciales:	64	**Trabajo Autónomo:**	86
Idioma Principal:	Inglés	**Idioma Secundario:**	Castellano
Profesor:		**Correo electrónico:**	

PRESENTACIÓN:

The purpose of the subject is to present the basic notions about the concept of strategy as well as to examine the process of strategic direction, its meaning and components, providing the student with the necessary tools to carry out a business and sector analysis with the study of strategic groups of companies and elaboration of market segmentation matrix. It is about understanding the determinant variables of the stage of the life cycle in which the sector is located and identifying the key factors of success for decision making.

Therefore, it provides a global and integrating perspective of the business reality as well as emphasizes the decisions that compromise the development of the organization, deepening why some organizations succeed and others not through the analysis of prestigious sectors and companies. It is a subject that is linked to the areas of Marketing and Market Research, Financial Economics and Accounting, Human Resources, Production and Business Organization, which completes the student's training, giving a global perspective of the company and its operation.

Ultimately, it is intended that the subject help students to better understand the problems inherent in decision making in the company.

COMPETENCIAS PROFESIONALES A DESARROLLAR EN LA MATERIA:

Competencias Generales de la titulación	G01	Capacidad de análisis y síntesis de las informaciones obtenidas de diversas fuentes
	G02	Resolución creativa y eficaz de los problemas que surgen en la práctica diaria, con el objetivo de garantizar los niveles máximos de calidad de la labor profesional realizada
	G03	Capacidad de organización y planificación del trabajo en el contexto de la mejora continua
	G05	Capacidad de trabajar de forma eficaz en equipos interdisciplinares, participando e integrándose en los trabajos del equipo en sus vertientes científicas y profesionales, aportando ideas y respetando y valorando la diversidad de criterios de los miembros del equipo
	G06	Capacidad de incorporar a la cultura profesional los principios éticos y deontológicos, teniendo como prioridad de actuación el compromiso ético con los clientes y la sociedad.
	G07	Capacidad de trabajar en un contexto internacional y de aproximarse a las innovaciones y nuevos enfoques empleados en otros contextos nacionales
	G08	Capacidad de comunicación oral y escrita en castellano.
	G10	Capacidad de aplicar los conocimientos adquiridos, adaptándolos a las exigencias y particularidades de cada situación y persona
	G11	Capacidad de generar nuevas ideas (creatividad)
	G12	Capacidad de incorporar la investigación científica y la práctica basada en la evidencia como cultura profesional, actualizando conocimientos y destrezas de manera continua.
	G15	Capacidad de establecer y cumplir los criterios de calidad más apropiados y emplear metodologías y estrategias de trabajo orientadas a la mejora continua.
	G16	Capacidad de asimilar conceptos de naturaleza social y humanística dentro de una formación universitaria integral que permitan el desarrollo de valores éticos tales como solidaridad, interculturalidad, igualdad, compromiso, respeto, diversidad, integridad, etc.
Competencias Específicas de la	E01	Conocer los aspectos específicos relativos al funcionamiento, gestión y control de las diferentes áreas funcionales de la empresa.

titulación	E10	Comprender las operaciones financieras que tienen lugar en el ámbito empresarial, diseñando y analizando estrategias de inversión y financiación
	E14	Comprender los principios de ética empresarial y ser capaz de diseñar escenarios en los que dichos principios puedan llevarse a la práctica empresarial
	E15	Proponer, planificar y liderar proyectos de innovación empresarial que aseguren la competitividad de la empresa
Resultados de Aprendizaje	R1	Valorar la situación actual de la empresa y anticiparse a la evolución futura de la empresa y su entorno para lograr la mejor posición competitiva que garantice su supervivencia.
	R2	Entender y diseñar un plan estratégico como instrumento de planificación que indique los objetivos de la empresa, acciones para alcanzarlos y plazos necesarios.
	R3	Tomar decisiones adaptadas a la situación del entorno que le permitan dirigir, gestionar y administrar la empresa y organización.

REQUISITOS PREVIOS:

- English Language skills.
- Basic knowledge of business environment.

PROGRAMACIÓN DE LA MATERIA:

Observaciones:

Subject planning could be modified due unforeseen circumstances (group performance, availability of resources, changes to academic calendar etc.) and should not, therefore, be considered to be definitive.

Contenidos de la materia:

1 - Strategic Management Analysis
2 - External Analysis
3 - Internal Analysis
4 - Competitive Strategies
5 - Corporative Strategies
6 - Strategy Implementation

La planificación de la asignatura podrá verse modificada por motivos imprevistos (rendimiento del grupo, disponibilidad de recursos, modificaciones en el calendario académico, etc.) y por tanto no deberá considerarse como definitiva y cerrada.

METODOLOGÍAS Y ACTIVIDADES DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE:

Metodologías de enseñanza-aprendizaje a desarrollar:

Teaching and learning methodologies and activities applied:

The subject is based on concepts and aspects studied in other subjects of previous courses of Business Administration Degree.

The subject has two parts, one theoretical and one practical:

a. The Theoretical part will consist in the development in class of the program of the subject through explanations carried out by the teacher and the students, being helped by the basic and recommended bibliography. Graphic and text presentations and any othermedialecturers considerappropriate will be used,being requested activeparticipationofstudents. To this extent, priorreadingofthe topics or recommended texts to be discussed inclass will be informed. Each of the topicsmay beprepared by the students previously a thome, and in the class the information will be completed. Moreover, the lecturer will consolidate the knowledge with exercises

orexplanations.

b. The practical part of the subject will be dedicated to various activities, such as the completion of exercises, resolution of complementary readings, articles,etc.

Volumen de trabajo del alumno:

Modalidad organizativa	Métodos de enseñanza	Horas estimadas
Actividades Presenciales	Clase magistral	32
	Casos prácticos	18
	Debates	6
	Exposiciones de trabajos de los alumnos	4
	Actividades de evaluación	4
Trabajo Autónomo	Estudio individual	36
	Preparación de trabajos individuales	16
	Preparación de trabajos en equipo	12
	Tareas de investigación y búsqueda de información	6
	Lecturas obligatorias	8
	Lectura libre	8
	Horas totales:	150

SISTEMA DE EVALUACIÓN:

Obtención de la nota final:

Final Exam:	50	%
Group Coursework:	35	%
Individual Coursework:	15	%
TOTAL	100	%

*Las observaciones específicas sobre el sistema de evaluación serán comunicadas por escrito a los alumnos al inicio de la materia.

BIBLIOGRAFÍA Y DOCUMENTACIÓN:

Bibliografía básica:

Arthur A. Thompson, Margaret A. Peteraf,John E. Gamble and A. J. Strickland III: "Crafting and Executing Strategy. The Quest for Competitive Advantage. Concepts and Cases." 2012. Ed.: The McGraw-Hill Companies, Inc.New York, N.Y., U.S.A.

J.E. Navas-López and L.A. Guerras-Martín: "Fundamentals of Strategic Management". 2nd edition, 2018. Ed.: Civitas. ISBN: 978-84-9197-760-5

Bibliografía recomendada:

Lambin, J.J.: "Strategic Marketing Management". 1996. Ed.: McGraw-Hill Publishing Co. ISBN 13: 9780077092276

Kotler, P. & Keller, K.: "Marketing Management. Global Edition". 2016. Pearson.

Machiavelli, N.: "The Prince". Publisher: Penguin Classics

Tzu, S.: "The Art of War". Publisher: Penguin Classics

Páginas web recomendadas:

The Economist	https://www.economist.com/
Time	http://time.com/
Strategic Management Journal	https://www.strategicmanagement.net/smj/overview/overview

Strategic Management Insights	https://www.strategicmanagementinsight.com/
Chris Brady blog	https://chrisbrady.typepad.com/
The Leadership blog	https://www.coachingtip.com/
Convene blog	https://www.convenenow.com/blog/

* Guía Docente sujeta a modificaciones