

**Guía docente de la asignatura**

Asignatura	DIRECCION ESTRATEGICA I		
Materia	DIRECCION GENERAL		
Módulo	DIRECCION ESTRATEGICA		
Titulación	MÁSTER EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS		
Plan	620	Código	54517
Periodo de impartición	PRIMER CUATRIMESTRE	Tipo/Carácter	OBLIGATORIA
Nivel/Ciclo	MASTER	Curso	1º
Créditos ECTS	3		
Lengua en que se imparte	Español – Inglés		
Profesor/es responsable/s	Natalia Martín Cruz		
Datos de contacto (E-mail, teléfono...)	ambiela@eco.uva.es		
Horario de tutorías	lunes, martes y miércoles (12-14)		
Departamento	Organización de Empresas y Comercialización e Investigación de Mercados		
Fecha de revisión por el Comité de Título	12 de julio de 2023		

1. Situación / Sentido de la Asignatura**1.1 Contextualización**

Dirección estratégica I es una asignatura de formación obligatoria, que se imparte en el 1º cuatrimestre del Máster en Administración de Empresas. Consta de 3 créditos ECTS, con 30 horas de actividades presenciales y 45 horas de actividades no presenciales.

Con esta asignatura, se pretende que el alumno adquiera los conocimientos y competencias que le permitan analizar el entorno de la empresa. En concreto, que le permitan reconocer cuestiones como porque una empresa obtiene mejores resultados que sus competidores, cuales son las razones subyacentes o que podría cambiar esta situación.

1.2 Relación con otras materias

Esta asignatura es la primera parte de la Dirección Estratégica que se continúa en la asignatura Dirección Estratégica II en el segundo cuatrimestre. Además, esta asignatura está relacionada con todas las que se imparten en el MBA por cuanto el análisis del entorno de la empresa se beneficia del conocimiento adquirido por los estudiantes en las asignaturas que contemplan las diferentes áreas de la empresa: producción, recursos humanos, finanzas, contabilidad y marketing. Al igual que se complementa con el conocimiento de asignaturas sobre legislación, técnicas cuantitativas o dirección por proyectos.

1.3 Prerrequisitos

Los de acceso al MBA.



2. Competencias

- G1. Proporcionar capacidad de liderazgo. Ser capaz de comprender y aplicar el liderazgo estratégico para transformar organizaciones. Poseer creatividad, rigor intelectual, independencia e iniciativa personal y profesional para proponer y emprender proyectos.
- G2. Ser capaz de llevar a cabo procesos de aprendizaje continuo, integrando nuevos conocimientos con la experiencia y el aprendizaje previo.
- G3. Poseer habilidades de apreciación del entorno, comprendiendo las organizaciones y el contexto en el que operan. Disponer de herramientas de decisión para aplicar capacidades estratégicas avanzadas en contextos nuevos, cambiantes, globalizados o multidisciplinares.
- G4. Disponer de capacidad de reflexión a partir de la integración de aprendizajes en diferentes áreas para saber abordar situaciones complejas.
- G5. Inculcar métodos de análisis, síntesis y resolución de problemas en situación de incertidumbre e información limitada. Formular juicios y tomar buenas decisiones a partir de información incompleta, integrando conocimientos e incluyendo reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas.
- G7. Mejorar la capacidad de comunicación ante todo tipo de audiencias y utilizando diferentes soportes.
- E3. Conocer la teoría de la organización, comportamiento organizativo, gestión de personas y comunicación interpersonal.
- E4. Saber abordar procesos y problemas de gestión, tanto a nivel operativo como estratégico.
- E5. Utilizar una variedad de herramientas de investigación en el ámbito de los negocios y capacidades de consultoría.
- E6. Valorar el impacto del entorno en las organizaciones. En particular, del sistema jurídico, así como los cambios éticos, económicos, tecnológicos, sociales y político-legales.
- E7. Poseer capacidad para responder y gestionar los cambios dentro de la empresa.
- E8. Conocer los principales principios de estrategia de la empresa.
- E9. Fomentar el liderazgo en el seno del equipo directivo de la empresa y espíritu emprendedor.
- E10. Adquirir una comprensión de la importancia de la creatividad, la innovación y los negocios en red para la dirección estratégica de las organizaciones.
- E11. Ser capaz de percibir las implicaciones de la globalización y la sostenibilidad para la dirección estratégica de las organizaciones.
- E12. Apreciar la dimensión internacional de los negocios, incluyendo aspectos como el riesgo político, la regionalización, los mercados emergentes o el gobierno global.

2.1 Generales

G1, G2, G3, G4, G5, G7

2.2 Específicas

E3, E4, E5, E6, E7, E8, E9, E10, E11, E12



3. Objetivos

- Identificar y comprender los conceptos fundamentales de la dirección estratégica de la empresa.
- Comprender la naturaleza del sistema empresarial, en sus distintos niveles, a la hora de tomar decisiones.
- Comprender y distinguir el concepto de unidad estratégica de negocio de otros conceptos que puedan confundirse.
- Identificar las oportunidades y amenazas que la empresa recibe de su entorno para el futuro.
- Identificar las ventajas y desventajas competitivas de la empresa en comparación con sus competidores.

4. Tabla de dedicación del estudiante a la asignatura

ACTIVIDADES PRESENCIALES	HORAS	ACTIVIDADES NO PRESENCIALES	HORAS
Clase teórica	10	Estudio y trabajo autónomo individual	20
Estudio y análisis de casos	20	Estudio y trabajo autónomo grupal	25
Total presencial	30	Total no presencial	45

5. Bloques temáticos

Bloque 1: CONCEPTOS DE DIRECCIÓN ESTRATÉGICA

Carga de trabajo en créditos ECTS:

a. Contextualización y justificación

Se pretende que el alumno adquiera los fundamentos de la dirección estratégica de la empresa.

b. Objetivos de aprendizaje

- Identificar y comprender los conceptos fundamentales de la dirección estratégica de la empresa.
- Comprender la naturaleza del sistema empresarial, en sus distintos niveles, a la hora de tomar decisiones.
- Comprender y distinguir el concepto de unidad estratégica de negocio de otros conceptos que puedan confundirse.

c. Contenidos

Para atender al sentido de esta asignatura y a los objetivos establecidos para la misma, es preciso abordar los conceptos imprescindibles para continuar desarrollando el resto de bloques que componen el contenido de la misma. El propio concepto de estrategia, los niveles de la misma y la idea de unidad estratégica de negocio son importantes en este primer paso. Para todo ello será imprescindible que el estudiante conozca con profundidad estas ideas que le permitan, más adelante, desarrollar un pensamiento crítico, que sea aplicable a la recogida, interpretación y análisis de diferentes problemas empresariales.

**Bloque 2: EL ANÁLISIS DEL ENTORNO**Carga de trabajo en créditos ECTS: **a. Contextualización y justificación**

Se pretende que el alumno adquiera los conocimientos y competencias que le permitan analizar el entorno de la empresa. En concreto, que le permitan reconocer cuestiones como porque una empresa obtiene mejores resultados que sus competidores, cuales son las razones subyacentes o que podría cambiar esta situación.

b. Objetivos de aprendizaje

- Identificar las oportunidades y amenazas que la empresa recibe de su entorno para el futuro.
- Identificar las ventajas y desventajas competitivas de la empresa en comparación con sus competidores.

c. Contenidos

La dirección estratégica supone mirar hacia delante y hacia fuera, de ahí la importancia del análisis del entorno en sus diversos niveles. Pero, lógicamente, este análisis debe ser prospectivo para permitir conocer cuáles pueden ser las oportunidades y amenazas que el entorno le presenta a la empresa para el futuro.

Desde el punto de vista empresarial, la previsión tradicional, basada en los datos del pasado, no es válida, ya que no permite situarse en posiciones de ventaja frente a los competidores; la previsión sólo marca tendencias y a la empresa le interesa conocer cuándo cambia la tendencia, por lo que es imprescindible realizar pronósticos.

Ambos bloques:**d. Bibliografía básica**

GUERRAS MARTÍN, L.A. y NAVAS LÓPEZ, J.E.: "La dirección estratégica de la empresa. Teoría y aplicaciones", Ed. Civitas – Thomson Reuters; Madrid 2015

GUERRAS MARTÍN, L.A. y NAVAS LÓPEZ, J.E.: "Casos de Dirección Estratégica de la Empresa", Ed. Civitas– Thomson Reuters; Madrid 2014

JOHNSON, G.; SCHOLLES, K. Y WHITTINGTON, R.: "Fundamentos de estrategia", Ed. Pearson – Prentice Hall, Madrid 2010

NAVAS LÓPEZ, J.E. y GUERRAS MARTÍN, L.A.: "Fundamentos de dirección estratégica de la empresa", Ed. Civitas– Thomson Reuters; Madrid 2016

e. Recursos necesarios

- Aula preparada con mesas móviles
- Aula con cañón de proyección y conexión a internet.
- Pizarra

**6. Temporalización (por bloques temáticos)**

BLOQUE TEMÁTICO	CARGA ECTS	PERIODO PREVISTO DE DESARROLLO
CONCEPTOS DE DIRECCIÓN ESTRATÉGICA	1	2 semanas
EL ANÁLISIS DEL ENTORNO	2	4 semanas

7. Tabla resumen de los instrumentos, procedimientos y sistemas de evaluación/calificación

INSTRUMENTO/PROCEDIMIENTO	PESO EN LA NOTA FINAL
Casos prácticos grupales	50%
Examen (test + caso)	50%

La forma de calificación será igual en las dos convocatorias.

8. Curriculum vitae

Natalia Martín Cruz is Full Professor of Strategy and Management (from 2019), PhD, University of Valladolid, Spain, 2000; BA, University of Valladolid, Spain, 1993. Her research areas are entrepreneurship, alliances, nonprofits strategy and corporate governance, teamwork, pharmaceutical regulation, health economics. She has been head of the Department of Management and Marketing, University of Valladolid (from 2008-2016) and ViceChancellor for Strategic Management and Quality (from 2016-). Her teaching is focused on entrepreneurship, corporate strategy, strategy analysis, organization theory, teamwork, on-line simulation. She has published in Research Policy, Journal of Small Business Management, Journal of Knowledge Management, World Development, International Journal of Project Management, Journal of Business Research, among others. She has experience in consulting for Junta de Castilla y León, AVEBIOM, European Business and Innovation Centre Networks or the Office of Foreign Affairs. She has been visiting scholar in the University of California at Berkeley and Stanford University and has taught with the Erasmus Program in the Copenhagen Business School (Denmark), Business School of Innsbruck (Austria), École des Hautes Études Commerciales, HEC (Liège, Belgium), Linneaus University (Sweden).