



## DATOS IDENTIFICATIVOS

### Dirección Estratégica de la PYME

Asignatura	Dirección Estratégica de la PYME			
Código	V06M092V01201			
Titulación	Máster Universitario en Dirección de PYMES			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OB	1	2c
Lengua Impartición				
Departamento				
Coordinador/a	Gonzalez Framil, Juan Francisco			
Profesorado	Gonzalez Framil, Juan Francisco Lopez Vidal, Maria Pilar			
Correo-e	juan.gonzalez@uvigo.es			
Web				
Descripción general	(*)La creciente complejidad tanto en el entorno competitivo en que actúa la empresa como la propia empresa como organización, justifican el estudio de la DIRECCION ESTRATEGICA. Es importante evolucionar y adaptarse a los continuos cambios de un entorno cada día más complejo y desafiante. La DIRECCIÓN ESTRATEGICA, está atenta a las oportunidades y amenazas posibles en el futuro, fijando las metas y estableciendo programas de acción y objetivos para los trabajadores.			

## Competencias de titulación

Código			
A1	(*)CE1. Saber emplear las habilidades personales, actitudes y conocimientos teóricos y prácticos adquiridos en el contexto académico mediante la simulación de situaciones reales de la práctica profesional y a través del contacto con la realidad empresarial que proporcionan las prácticas de empresa.		
A2	(*)CE2. Comprender los objetivos y funciones de las diferentes áreas funcionales de las PYMES y las relaciones entre ellas, así como saber manejar, procesar, interpretar y valorar la información, documentación y demás instrumentos de orden económico, contable, financiero, jurídico y social que se generen en el ámbito empresarial.		
A7	(*)CE7. Dominar la estrategia, la organización y la gestión de los procesos de dirección de PYMES, identificar los problemas empresariales en entornos dinámicos y competitivos y posibilitar un foro de discusión y debate que permita la búsqueda de soluciones a la realización de propuestas de un modo creativo.		
A8	(*)CE8. Dominar las habilidades necesarias para el desempeño de la dirección de la empresa, la gestión de recursos humanos y las relaciones con los interlocutores internos y externos.		
A18	(*)CE18. Posibilitar un foro de presentación, discusión y debate que permita la búsqueda de soluciones y la realización de propuestas de un modo creativo		
B1	(*)CG1. Adquirir y desarrollar las habilidades y actitudes necesarias para analizar, diagnosticar y tomar las decisiones en el desempeño de la actividad empresarial con una visión integral y un conocimiento profundo de las diferentes áreas que conforman la PYME.		
B2	(*)CG2. Adquirir la formación que le permita recopilar, procesar e interpretar información de personal, contable, económica, comercial, jurídica, fiscal y del entorno para poder emitir juicios y tomar decisiones sobre aspectos de la empresa.		
B3	(*)CG3. Asumir su capacidad de aplicar los conocimientos adquiridos al desempeño de su futura labor profesional, facilitar la integración de los estudiantes en el ámbito laboral y mejorar su posición dentro de la empresa para aquellos que ya están integrados en ella.		

## Competencias de materia

Resultados previstos en la materia	Tipología	Resultados de Formación y Aprendizaje

CG1 Adquirir y desarrollar las habilidades y actitudes necesarias para analizar, diagnosticar y tomar las decisiones en el desempeño de la actividad empresarial con una visión integral y un conocimiento profundo de las diferentes áreas que conforman la PYME.	saber saber hacer	B1
CG2 Adquirir la formación que le permita recopilar, procesar e interpretar información de personal, contable, económica, comercial, jurídica, fiscal y del entorno para poder emitir juicios y tomar decisiones sobre aspectos de la empresa.	saber saber hacer	B2
CG3 Asumir su capacidad de aplicar los conocimientos adquiridos al desempeño de su futura labor profesional, facilitar la integración de los estudiantes en el ámbito laboral y mejorar su posición dentro de la empresa para aquellos que ya están integrados en ella.	saber saber hacer	B3
CE1. Saber emplear las habilidades personales, actitudes y conocimientos teóricos y prácticos adquiridos en el contexto académico mediante la simulación de situaciones reales de la práctica profesional y a través del contacto con la realidad empresarial que proporcionan las prácticas de empresa.	saber saber hacer	A1
CE2. Comprender los objetivos y funciones de las diferentes áreas funcionales de las PYMES y las relaciones entre ellas, así como saber manejar, procesar, interpretar y valorar la información, documentación y demás instrumentos de orden económico, contable, financiero, jurídico y social que se generen en el ámbito empresarial.	saber saber hacer	A2
CE7. Dominar la estrategia, la organización y la gestión de los procesos de dirección de PYMES, identificar los problemas empresariales en entornos dinámicos y competitivos y posibilitar un foro de discusión y debate que permita la búsqueda de soluciones a la realización de propuestas de un modo creativo.	saber saber hacer	A7
CE8. Dominar las habilidades necesarias para el desempeño de la dirección de la empresa, la gestión de recursos humanos y las relaciones con los interlocutores internos y externos.	saber saber hacer	A8
CE18. Posibilitar un foro de discusión y debate que permita la búsqueda de soluciones y la realización de propuestas de un modo creativo	saber saber hacer Saber estar /ser	A18

## Contenidos

Tema	
Tema 1: □ Modelo de dirección estratégica en la PYME	(*)(*)
Tema 2: Sistema de objetivos en la PYME	(*)(*)
Tema 3: Toma de decisiones estratégicas en la PYME	(*)(*)
Tema 4: Análisis y diagnóstico estratégico	(*)(*)
Tema 5: Estrategias competitivas	(*)
Tema 6: Estrategias corporativas	(*)
Tema 7: El cuadro de mando integral	(*)(*)
Tema 8: Habilidades directivas	(*)(*)
Tema 9: Coaching	(*)(*)
Tema 10: Nuevas tecnologías: TIC, E-Business y E-Commerce	(*)(*)

## Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Sesión magistral	25	0	25
Estudio de casos/análisis de situaciones	10	0	10
Trabajos tutelados	10	20	30
Otros	5	0	5
Pruebas de respuesta corta	1	79	80

\*Los datos que aparecen en la tabla de planificación son de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de alumnado

## Metodologías

	Descripción
Sesión magistral	Exposición por parte del profesor de los contenidos sobre la materia objeto de estudio, con ayuda de diverso material.
Estudio de casos/análisis de situaciones	(*) Resolución de casos de empresas relacionados con los contenidos de la asignatura bajo la propuesta, guía y supervisión del profesor
Trabajos tutelados	(*) Exposición de trabajos relacionados con los contenidos de la asignatura bajo la propuesta, guía y supervisión del profesor.

Otros Conferencias y actividades complementarias.

Modalidad semipresencial: Tutorías en grupo y actividades propuestas por el profesor.

### Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Trabajos tutelados	(*)Tiempo que el profesor dedica la atención y resolución de dudas y consultas, tanto teóricas como prácticas del alumno. Además, el profesor orienta y guía el proceso de aprendizaje del alumno. Asistencia a conferencias y otras actividades complementarias
Otros	(*)Tiempo que el profesor dedica la atención y resolución de dudas y consultas, tanto teóricas como prácticas del alumno. Además, el profesor orienta y guía el proceso de aprendizaje del alumno. Asistencia a conferencias y otras actividades complementarias

### Evaluación

	Descripción	Calificación
Estudio de casos/análisis de situaciones	Resolución de los casos planteados por el profesor	40
Trabajos tutelados	Exposición de los trabajos planteados por el profesor.	20
Pruebas de respuesta corta	Examen de los contenidos teórico-práctico que se han impartido durante el curso.	40

Modalidad semipresencial: Examen oral o escrito y entrega de trabajos, si el profesor lo considera oportuno, con un valor total del 100% de la nota.

### Otros comentarios sobre la Evaluación

Otros

Modalidad Semipresencial: Examen oral o escrito y entrega de trabajos, si el profesor lo considera oportuno, con un valor total del 100% de la nota.

### Fuentes de información

GRANT, R. M.(2006), **Dirección estratégica: Conceptos, técnicas y aplicaciones**, 3ª edición,  
JOHNSON, G. y SCHOLLES, K.(2006), **Dirección estratégica. Análisis de la estrategia de las organizaciones**, 7ª edición,  
J. Díez de Castro; C. López Redondo; B. Barreiro Fernández y M.A. López Cabarcos(2002), **Dirigir en la sociedad del conocimiento**,  
MINTZBERG, H. y QUINN, J. B. (1991), **El proceso estratégico: Conceptos, contextos y casos**,  
MORCILLO ORTEGA,P. (2002), **Nuevas claves para la Dirección Estratégica**,  
NAVAS, J. E. y GUERRAS, L. A. (2006), **La dirección estratégica de la empresa. Teoría y aplicaciones**, 4ª edición,  
THOMPSON, A. A. Jr. y STRICKLAND (III), A. J. (2004), **Administración estratégica**, 13ª edición,  
ANSOFF, H. I.; DECLERCK, R. P. y HAYES, R. L. (1990), **El planteamiento estratégico**,  
PORTER, M. E. (1999), **Ser competitivo: Nuevas aportaciones y conclusiones**,  
PORTER, M. E. (1987), **Ventaja competitiva. Creación y sostenimiento de un desempeño superior**,  
STERN, C. W. y STALK, G. (1998), **Ideas sobre estrategia**,  
Talane Miedaner, **Coaching para el éxito**,  
Vilallonga,M, **Progreso directivo y coaching empresarial**,  
Agullar,J, **Gestión del cambio**,  
Fernandez Aguado,J, **La felicidad posible**,  
AA.VV., **Nuevas claves en la Dirección Estratégica**,  
Gran enciclopedia de la gestión empresarial, **Habilidades directivas**,  
Gran enciclopedia de la gestión empresarial, **Liderazgo**,  
Fernandez Aguado,J, **Liderar.Mil consejos para un directivo**, 5ª edición,  
Jeffrey S.Harrison y Caron H.St. John, **Fundamentos de la Dirección Estratégica**, 2ª edición,  
Hurley,B. y Birkwood,P, **Como hacer negocios en internet**,  
Commarmond,G y Exiga,A, **Como fijar objetivos y evaluar resultados**,  
Reynolde, J., **EL LIBRO COMPLETO DEL E-COMMERCE: CONCEPTOS, CLAVES Y DEFINICIONES PARA TRIUNFAR EN LA RED**, 1ª edición,  
de Roldan Martinez, D. y Huidobro Moya,J.M., **La Tecnología E-Business**, 1ª edición,  
AA.VV., **El libro del comercio electrónico**,  
Padilla,A. y Aguila Obra,A., **E-BUSINESS Y COMERCIO ELECTRONICO: UN ENFOQUE ESTRATEGICO**, 1ª edición,

---

## **Recomendaciones**

---

### **Otros comentarios**

Esta guía docente anticipa las líneas de actuación que se deben llevar a cabo con el alumno en la materia y se concibe de forma flexible. En consecuencia, puede requerir reajustes a lo largo del curso académico promovidos por la dinámica de la clase y del grupo de destinatarios real o por la relevancia de las situaciones que pudiesen surgir. Asimismo, se aportará al alumnado la información y pautas concretas que sean necesarias en cada momento del proceso formativo.

---