



## DATOS IDENTIFICATIVOS

### Dirección estratégica

Asignatura	Dirección estratégica			
Código	004G020V01503			
Titulación	Grado en Administración y Dirección de Empresas			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OB	3	1c
Lengua	Castellano			
Impartición	Inglés			
Departamento	Organización de empresas y marketing			
Coordinador/a	Rodríguez López, Nuria			
Profesorado	Rodríguez de la Fuente, Marta Rodríguez López, Nuria Rodríguez-Toubes Muñiz, Diego			
Correo-e	nrl@uvigo.es			
Web				
Descripción general	El objetivo fundamental de la Dirección Estratégica es la descripción del proceso estratégico en las empresas, tanto de análisis como de diseño e implantación estratégica. Se capacitará al alumno para identificar y analizar los factores relevantes con vistas al establecimiento de estrategias en empresas e instituciones que les permitan ser competitivos en el mercado. El alumno deberá ser capaz de diseñar un plan estratégico adecuado para responder a los retos del entorno y cumplir los objetivos de la empresa.			

## Competencias

Código	
B1	Capacidad de análisis y síntesis
B2	Pensamiento crítico y autocrítico
B5	Habilidades de comunicación oral y escrita
B8	Comunicarse con fluidez en su entorno incluyendo competencias interpersonales de escucha activa, negociación, persuasión y presentación
B9	Capacidad de desempeño efectivo dentro de un equipo de trabajo
B10	Emitir informes de asesoramiento sobre situaciones concretas de empresas y mercados
B11	Redactar proyectos de gestión global o de áreas funcionales de la empresa
B13	Capacidad de aprendizaje y trabajo autónomo
B14	Capacidad de aplicar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos en un contexto académico especializado
C1	Poseer y comprender conocimientos acerca de: Las interrelaciones existentes entre los distintos subsistemas que conforman el sistema empresarial
C3	Poseer y comprender conocimientos acerca de: Los aspectos internos, funciones y procesos de las organizaciones incluyendo su naturaleza, estructura, gobierno, operativa y dirección
C5	Poseer y comprender conocimientos acerca de: La relación entre la empresa y su entorno evaluando su repercusión en la estrategia, comportamiento, gestión y sostenibilidad empresarial
C11	Tomar decisiones estratégicas utilizando diferentes tipos de modelos empresariales
C12	Solucionar de manera efectiva problemas y tomar decisiones utilizando métodos cuantitativos y cualitativos apropiados, incluyendo entre ellos la identificación, formulación y solución de los problemas empresariales
C13	Movilidad y adaptabilidad a entornos y situaciones diferentes
D1	Gestión personal efectiva en términos de tiempo, planificación y comportamiento, motivación e iniciativa tanto individual como empresarial
D2	Capacidad de liderazgo, incluyendo empatía con el resto de personas
D3	Responsabilidad y capacidad para asumir compromisos
D4	Compromiso ético en el trabajo
D5	Motivación por la calidad y la mejora continua

## Resultados de aprendizaje

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje		
Identificar los valores, recursos y capacidades de la empresa que permitan la creación de ventajas sostenibles para los stakeholders	B1 B14	C1 C3 C5	
Analizar las oportunidades y amenazas que plantea el entorno externo para la toma de decisiones en un sector específico	B1	C5 C11 C12 C13	
Formular las estrategias competitivas más adecuadas para responder a los retos del entorno en el ámbito de una empresa y habida cuenta la Responsabilidad social corporativa		C3 C11	D4 D5
Describir las estrategias de desarrollo de una empresa y los métodos empleados	B1 B13 B14	C11	
Integrar los diferentes enfoques de la teoría y las distintas visiones personales de un equipo de trabajo en la realización de un proyecto común	B2 B5 B8 B9 B13	C5 C13	D1 D2 D3
Los estudiantes serán capaces de diseñar en un equipo de trabajo a estrategia competitiva y corporativa de una empresa concreta	B5 B8 B9 B10 B11	C1 C11 C12	D1 D5

## Contenidos

Tema	
1. Fundamentos de Dirección estratégica	1. Conceptos básicos de la Dirección estratégica 2. La creación de valor 3. La responsabilidad social corporativa 4. Misión y objetivos empresariales
2. El entorno general de la empresa	1. Análisis del entorno general 2. Técnicas de análisis del entorno general
3. Entorno específico de la empresa	1. El entorno competitivo 2. Modelo de las 5 fuerzas 3. Grupos estratégicos
4. El entorno interno de la empresa	1. Técnicas para el diagnóstico 2. Análisis de recursos y capacidades
5. Estrategias y ventajas competitivas	1. Ventajas competitivas genéricas 2. Creación de la ventaja competitiva 3. Mantenimiento de la ventaja competitiva
6. Estrategias corporativas: Direcciones y métodos de desarrollo	1. Estrategias de expansión 2. Estrategias de diversificación 3. Métodos de desarrollo
7. Evaluación e implementación de estrategias	1. Evaluación y cambio organizativo 2. Cultura organizativa 3. Planificación y control

## Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Sesión magistral	18	25.2	43.2
Estudio de casos/análisis de situaciones	19.5	27.3	46.8
Proyectos	9	27	36
Trabajos y proyectos	2	8	10
Otras	2	8	10
Estudio de casos/análisis de situaciones	1	3	4

\*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, conceptos teóricos, casos de análisis, etc. El hecho de no asistir no contará negativamente en la evaluación del alumno, pero la asistencia a clases si será tenida en cuenta positivamente en su evaluación.
Estudio de casos/análisis de situaciones	Presentación de casos reales para su análisis y discusión en clase

Proyectos	Presentaciones públicas de los trabajos realizados y casos analizados. El alumno será evaluado de competencias como su capacidad de análisis y síntesis, de comunicación oral o de argumentación y justificación de las decisiones tomadas.
-----------	---

### Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Sesión magistral	Tiempo reservado para orientar, atender y resolver dudas de los alumnos durante su proceso de aprendizaje.
Estudio de casos/análisis de situaciones	Tiempo reservado para orientar, supervisar, atender y resolver dudas de los alumnos durante la realización de las actividades propuestas.
Proyectos	Tiempo reservado para orientar, supervisar, atender y resolver dudas de los alumnos durante la realización de las actividades propuestas.

### Evaluación

	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje		
Trabajos y proyectos	Realización en plazo de ejercicios, actividades y proyectos.	30	B1 B2 B5 B8 B9 B10 B11 B14	C11 C12 C13	D2 D3 D4 D5
Otras	Prueba para evaluar los conocimientos adquiridos por el alumno sobre la materia.	60	B1 B5 B13 B14	C1 C3 C5 C12	D1
Estudio de casos/análisis de situaciones	Estudio, debate y participación en la resolución de supuestos reales o ficticios de planteamientos estratégicos por parte de empresas.	10	B1 B2 B9 B10 B14	C11 C12 C13	

### Otros comentarios sobre la Evaluación

La evaluación será continua el largo del semestre. Para superar la materia, en cada parte evaluada el alumno deberá alcanzar como mínimo un 5.

La nota obtenida por el alumno en la parte presencial tendrá vigencia para las convocatorias a las que da derecho la matrícula de cada curso académico.

Para optar a la evaluación continua es necesaria la asistencia por lo menos al 80% de las clases, la entrega en plazo de las prácticas y la realización de pruebas parciales.

El alumnado no sujeto a la evaluación continua: para superar la asignatura deberán tener superadas tanto las prácticas (mediante entregas en plazo no presenciales) como una prueba adicional en los exámenes de las convocatorias oficiales.

Las fechas y horarios de las pruebas de evaluación de las diferentes convocatorias serán las aprobadas por la Xunta de Centro para el presente curso académico. En caso de conflicto entre las fechas de los exámenes prevalecerán las señaladas en la página web de la FCETOU.

Las especificaciones detalladas de esta guía docente se publicarán en la plataforma virtual de la materia en Faitic

### Fuentes de información

#### Bibliografía Básica

Navas López, J.E. y Guerras Martín, L.A, **La dirección estratégica en la empresa. Teoría y aplicaciones**, 5ª, Civitas, 2015

Navas López, J.E. y Guerras Martín, L.A, **Fundamentals of Strategic management**, 1st, Civitas, 2013

Johnson, G., Scholes, K. y Whittington, R., **Fundamentos de Estrategia**, 1ª, Pearson Educación, 2010

Grant, Robert, **Dirección Estratégica. Conceptos, técnicas y aplicaciones**, 1ª, Civitas-Thomson Reuters, 2014

Johnson, G.; Whittington, R. et. al., **Exploring Strategy: Text and Cases**, 10th, Pearson Education, 2014

#### Bibliografía Complementaria

---

**Recomendaciones**

---

**Asignaturas que continúan el temario**

---

Dirección estratégica internacional/O04G020V01603

---

**Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente**

---

Empresa: Fundamentos de administración/O04G020V01102

Empresa: Gestión de empresas/O04G020V01203

Dirección comercial I/O04G020V01403

Dirección de operaciones/O04G020V01302

Dirección de recursos humanos/O04G020V01303

---

**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. La comunicación se realizará a través de Faitic

---