



## DATOS IDENTIFICATIVOS

### Dirección de empresas

Asignatura	Dirección de empresas			
Código	V03G100V01402			
Titulación	Grado en Economía			
Descriptor	Creditos ECTS	Selección	Curso	Cuatrimestre
	9	OB	2	2c
Lengua	Castellano			
Impartición				
Departamento	Organización de empresas y marketing			
Coordinador/a	Vila Alonso, María Mercedes			
Profesorado	Vila Alonso, María Mercedes			
Correo-e	mvila@uvigo.es			
Web				
Descripción general	El objetivo de esta materia es describir el proceso de gestión empresarial desde la perspectiva estratégica. Concretamente capacitará al alumno para identificar y analizar los factores relevantes a la hora de fijar estrategias tanto en empresas como en otro tipo de instituciones, con el fin de que éstas alcancen la competitividad necesaria para trabajar en un mundo globalizado y ante continuos cambios económicos. El alumno dominará las distintas alternativas estratégicas y las herramientas disponibles, para conseguir dicho objetivo se partirá de los conocimientos estudiados en el curso anterior.			

## Competencias

Código	
B2	Competencias ligadas a la búsqueda y organización de documentación y a la presentación de su trabajo de manera adecuada a la audiencia
B4	Autocontrol en el sistema de trabajo, en términos de tiempo y planificación
C7	Comprender el entorno empresarial
C8	Habilidades en la búsqueda, identificación e interpretación de fuentes de información económica relevante y su contenido
C9	Identificar y anticipar problemas económicos relevantes en los ámbitos público y privado
C12	Evaluar utilizando técnicas empíricas las consecuencias de distintas alternativas de acción y seleccionar las más idóneas
D2	Capacidad de trabajar en equipo
D5	Habilidades para argumentar de forma coherente e inteligible, tanto oral como escrita
D7	Fomentar la actitud crítica y autocrítica

## Resultados de aprendizaje

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje			
Aplicar los procedimientos de análisis y conocimientos adquiridos a la resolución de problemas/cuestiones concretas, a nivel estratégico, en el ámbito de la empresa.		C8	D5	
Conocer los contenidos curriculares de las materias relativas a la especialización docente correspondiente.		C12	D7	
Promover la capacidad del alumno para aplicar conocimientos adquiridos en la consulta de bibliografía y fuentes de información diversa, para la reflexión y la defensa de argumentos, resolución de problemas y análisis diversos sobre dirección de la empresa.		C8		
		C9		
Ser capaz de aplicar los diferentes conceptos teóricos y las distintas visiones personales de un equipo de trabajo en la realización de un proyecto común	B2	C7	D2	
	B4	C8	D5	
		C9	D7	
		C12		
Comprender el entorno general y el entorno específico de la empresa, identificando amenazas y oportunidades para la toma de decisiones estratégicas.		C7		
		C8		
		C9		

Ser capaz de identificar los objetivos, valores, recursos y capacidades de una organización que permitan la creación de una ventaja competitiva	C7 C8
conocer las alternativas estratégicas de la empresa, así como las direcciones de desarrollo estratégico y ser capaz de formular las estrategias competitivas y corporativas más adecuadas para responder a los retos del entorno.	C7 C8 C9 C12

## Contenidos

Tema	
1. Los objetivos y los valores de la empresa.	1.1. Los objetivos de la empresa 1.2. La visión y el propósito estratégico. 1.3 La RSE.
2. Análisis del entorno general	2.1. Concepto y tipología de entorno 2.2. Análisis del entorno general 2.3. Análisis del entorno futuro: El método de los escenarios
3. Análisis del entorno específico	3.1. Delimitación del entorno específico 3.2. Análisis de la estructura de la industria 3.3. La segmentación de mercados: grupos estratégicos
4. Análisis interno de la empresa	4.1. El diagnóstico interno de la empresa 4.2. La cadena de valor 4.3. El análisis DAFO
5. Análisis de los recursos y capacidades	5.1. El análisis de recursos y capacidades 5.2. Identificación de los recursos y capacidades 5.3. Evaluación de los recursos y capacidades
6. Estrategia y ventaja competitiva	6.1. Estrategia y ventaja competitiva 6.2. La ventaja competitiva en costes 6.3. La ventaja competitiva en diferenciación 6.4. Ampliación de estrategias: El reloj estratégico.
7. Direcciones de desarrollo estratégico	7.1. El crecimiento y desarrollo de la empresa 7.2. Direcciones del desarrollo: la expansión de actividades 7.3. Direcciones del desarrollo: la diversificación 7.4. La estrategia de integración vertical 7.5. Las estrategias de diversificación relacionada y no relacionada 7.6. Las estrategias de reestructuración de la cartera de negocios 7.7 Métodos de desarrollo. 7.8. La internacionalización.
8.. Implantacion y Control Estratégico	

## Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Lección magistral	45	40	85
Estudio de casos	22.5	40	62.5
Tutoría en grupo	7.5	30	37.5
Otras	2	38	40

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

## Metodologías

	Descripción
Lección magistral	Exposición por parte del profesor de los contenidos sobre la materia objeto de estudio, bases teóricas y/o directrices del trabajo, ejercicios o proyectos a desarrollar por el estudiante
Estudio de casos	Se analizan lecturas con casos reales o ficticios, con finalidad de conocerlos, interpretarlos, resolverlos, generar hipótesis, reflexionar, debatir.
Tutoría en grupo	Tutorías en grupo reducido. Reuniones que el alumno mantiene con el profesorado de la asignatura para asesoramiento, desarrollo y supervisión de actividades de la asignatura en el proceso de aprendizaje

## Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Lección magistral	Resolución personalizada de problemas del alumnado a la hora de entender los conocimientos teóricos impartidos
Tutoría en grupo	Resolución de problemas del alumnado a la hora de entender y aplicar los conocimientos teórico-prácticos impartidos

Estudio de casos Resolución personalizada de problemas del alumnado a la hora de llevar a la práctica los conocimientos teóricos adquiridos

<b>Pruebas</b>	<b>Descripción</b>
Otras	Revisión personalizada de las pruebas realizadas

<b>Evaluación</b>			
	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje
Estudio de casos	Estudio, debate y participación en la resolución de supuestos, reales o ficticios, de planteamientos estratégicos por parte de empresas y otras instituciones. realización y presentación de trabajos propuestos por el profesor.	40	
Otras	examen con preguntas tipo test, de respuesta corta o larga, o resolución de casos.	60	C7 D5 C9

### **Otros comentarios sobre la Evaluación**

#### **Alumnos que optan por evaluación continua (80% de presencialidad):**

el 40% de la nota será de la práctica (20% trabajo en las sesiones prácticas y 20% trabajo en equipo). Para superar esta parte será necesario tener realizadas y entregadas todas las practicas, así como el proyecto, en la forma establecida por el profesor.

el 60% será la nota del examen teórico (podrá acordarse la realización de un parcial liberatorio). Para superar la materia es necesario aprobar cada una de las partes (teoría y práctica).

**Alumnos que optan por evaluación NO continua (no superan un 80% de presencialidad):** Tendrán que entregar TODAS las prácticas y trabajos requeridos a través de Faitic en el plazo que se estipule, y deberán hacer un exámen de la parte práctica, todo ello supondrá un 40% de la nota. El 60% restante será la nota del examen teórico (estos alumnos no tendrán derecho a parciales).

#### **fechas oficiales de los exámenes:**

Las fechas de exámenes deberán ser consultadas en la Página web de la

Facultad:

<http://fccee.uvigo.es/organizacion-docente.html>

### **Fuentes de información**

#### **Bibliografía Básica**

Guerras Martín, L.A., Navas López, J.E., **La Dirección Estratégica de la empresa**, Thompson Reuters,  
Grant, R., **Dirección estratégica. Conceptos, técnicas y aplicaciones**, Thompson-Civitas,  
Navas López, Guerras, **Fundamentos de Dirección Estratégica de la Empresa**, Thompson -civitas,  
Guerras Martín, L.A., Navas López, J.E., **casos de Dirección estratégica de la Empresa**, Thompson reuters,

#### **Bibliografía Complementaria**

Johnson, G.; Scholes, K; Whittington, R., **Dirección Estratégica**, Pearson,

### **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.

Así mismo, se hará llegar al alumnado la información y pautas concretas que sea necesario en cada momento del proceso a través de la plataforma FAITIC