



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	Ferro Soto, Carlos Antonio 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
		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	
0. Introducción	
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. Otros modelos para definir la estrategia competitiva.
7. Direcciones de desarrollo estratégico	7.1. El crecimiento y desarrollo de la empresa 7.2. Direcciones del desarrollo 7.3 Métodos de desarrollo. 7.4 La estrategia de internacionalización
8.. Implantación y Control Estratégico	

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Lección magistral	45	45	90
Estudio de casos	22.5	45	67.5
Seminario	7.5	30	37.5
Examen de preguntas de desarrollo	3	27	30

*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 profesorado de los contenidos sobre la materia objeto de estudio, bases teóricas y/o directrices del trabajo, ejercicios o proyectos a desarrollar por el alumnado
Estudio de casos	Se analizan lecturas con casos reales o ficticios, con finalidad de conocerlos, interpretarlos, resolverlos, generar hipótesis, reflexionar, debatir.
Seminario	Tutorías en grupo reducido. Reuniones que el alumno/a 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
Seminario	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

Evaluación

	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	
Examen de preguntas de desarrollo	Pruebas individuales escritas de evaluación sobre los contenidos teóricos y prácticos de la materia	60	

Otros comentarios sobre la Evaluación

La información detallada sobre el procedimiento de evaluación estará disponible desde el comienzo del curso en una carpeta específica de "documentos y enlaces" de la plataforma de Teledocencia (FAITIC), y se informará de esto al alumnado el primer día de clase.

Independientemente del tipo de evaluación, es necesario tener polo menos un 5 en cada parte (teoría y práctica) para superar la materia.

En la asignatura se ofrecen dos tipos de evaluación:

Alumnos/as que optan por evaluación continua (es presencial y requiere asistencia al 80% de las clases prácticas):

El 40% de la nota será de la parte práctica (60% ejercicios en las sesiones prácticas y 40% trabajo en equipo). Para superar esta parte será necesario tener realizadas y entregadas todas las practicas, así como el trabajo en equipo, en la forma y plazos establecidos. En caso de no superarse se hará un examen práctico.

El 60% restante será la nota del examen teórico. Se realizarán un examen parcial y un examen final en la fecha oficial establecida en el calendario de exámenes. El alumnado que supere el examen parcial solo tendrá que examinarse en el examen final de la parte restante, los que no lo superen se examinarán de toda la materia en el examen final. La nota del examen será la media de las dos partes siempre que se haya sacado una nota mínima de 5 (sobre 10) en cada examen, en caso contrario la nota sera suspenso y las partes aprobadas se guardarán hasta la convocatoria extraordinaria.

La nota final de la materia es la resultante de la media ponderada de nota practica (evaluación continua) y del examen teórico. Quien no se presente a examen teórico o no alcance a nota mínima de 5 en dicho examen, figurará con la nota de evaluación continua (que supondrá un máximo de un 4).

Evaluación no continua. Alumnos/as que no superan un 80% de asistencia a clases practicas:

O 60% de la nota será la nota del examen teórico.

O 40% de la nota será la puntuación de la parte práctica, desglosada como sigue: 20% nota del examen práctico, 10% entrega (en la fecha del examen) del trabajo propuesto, 10% entrega (en la fecha del examen) de las prácticas del curso.

Estos/as alumnos/as no tendrán derecho a parciales.

Es necesario tener un 5 en cada parte para aprobar la asignatura.

Convocatoria fin de carrera: el 100% de la nota será un examen (60% teoría y 40% práctica). Para aprobar será preciso tener un 5 en cada una de las partes.

fechas oficiales de los exámenes:

Las fechas de exámenes deberán ser consultadas en la página web de la Facultad: <http://fccee.uvigo.es>

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

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