



## DATOS IDENTIFICATIVOS

### Planificación Empresarial

|                       |  |        |       |              |
|-----------------------|--|--------|-------|--------------|
| Materia               | Planificación Empresarial  |        |       |              |
| Código                | V55M088V01404  |        |       |              |
| Titulación            | Máster Universitario en Dirección e Administración de Empresas (MBA)   |        |       |              |
| Descritores           | Creditos ECTS  | Sinale | Curso | Cuadrimestre |
|                       | 6  | OP     | 2     | 2c           |
| Lingua de impartición | Castelán   |        |       |              |
| Departamento          | Departamento da Escola de Negocios Caixanova (Vigo)  |        |       |              |
| Coordinador/a         | López Navaza, Carlos   |        |       |              |
| Profesorado           | Estevez Suarez, Gerardo<br>López Navaza, Carlos<br>Mariño Garrido, M <sup>ª</sup> Teresa<br>Palomero de Páramo, Eugenio Luis<br>Vázquez Blanco, Santiago   |        |       |              |
| Correo-e              | clnavaza@yahoo.es  |        |       |              |
| Web                   | <a href="http://www.escueladenegociosncg.edu">http://www.escueladenegociosncg.edu</a>  |        |       |              |
| Descrición xeral      | (*)Esta asignatura busca aplicar la estrategia a todas las áreas de la empresa, aportando las bases para desarrollar una visión estratégica del negocio. En primer lugar, respecto de la función financiera, aprenderá a utilizar las metodologías financieras considerando su integración en la estrategia de la compañía. En segundo lugar, los alumnos analizarán la aportación a la estrategia empresarial de la estructura humana o profesional, el papel que desempeñan las políticas de recursos humanos, así como la necesaria integración de las personas en el proyecto empresarial. En tercer lugar, visualizar la estructura de la rentabilidad y potencialidad de los clientes, como base de la segmentación estratégica y operativa del negocio. Y por último, agrupar y estructurar todos estos aspectos del negocio en el Balanced Scorecard, para la medición de la Estrategia de la empresa. |        |       |              |

## Competencias de titulación

|        |  |
|--------|--|
| Código |  |
| A4     | (*)Habilidad para diagnosticar la situación económica y financiera de la empresa, así como para planificar y controlar las operaciones de inversión y financiación empresarial.  |
| A5     | (*)Habilidad para elaborar el plan de marketing de la compañía.  |
| A6     | (*)Habilidad para elaborar el plan de recursos humanos de la empresa.  |
| A9     | (*)Habilidad para desarrollar las destrezas necesarias para el ejercicio de una dirección efectiva de equipos de personas.   |
| A10    | (*)Habilidad para relacionar las diferentes funciones empresariales y comprender el funcionamiento de la empresa en su conjunto, así como las interdependencias funcionales de los distintos departamentos.  |
| A11    | (*)Habilidad para diagnosticar la situación estratégica de una compañía, así como para diseñar, implantar y controlar planes de acción a largo plazo.  |
| A12    | (*)Habilidad para elaborar un plan de negocio integral y defenderlo ante profesionales de la empresa.  |
| A13    | (*)Habilidad para poner en práctica los conocimientos adquiridos en las materias fundamentales.  |
| B1     | (*)El alumno debe adquirir conocimientos actualizados de las distintas áreas de la empresa.  |
| B2     | (*)El alumno debe ser capaz de entender de forma sistemática la información relevante de la empresa, su contexto y cómo aplicarla a situaciones complejas, teniendo en cuenta cómo afecta a otros departamentos.                                   |
| B3     | (*)El alumno debe dominar las técnicas suficientes que le permitan obtener y analizar información, evaluar su relevancia y validez, sintetizarla y adaptarla al contexto.  |
| B4     | (*)El alumno debe ser capaz de tratar situaciones complejas e impredecibles de forma sistemática y creativa, con juicio crítico, con información incompleta, asumiendo riesgos, tomando decisiones y comunicándolas a cualquier tipo de audiencia. |

|    |   |
|----|---|
| B5 | (*El alumno debe ser capaz de desarrollar habilidades de aprendizaje que le permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo. |
| B7 | (*El alumno debe ser capaz de actuar de forma autónoma en la planificación e implementación de ideas y en la toma de decisiones.  |

### Competencias de materia

| Resultados previstos na materia  | Tipología   | Resultados de Formación e Aprendizaxe                        |
|--|-------------|--|
| (*Capacidad para desarrollar una visión estratégica del negocio  | saber hacer | A10<br>A11<br>A12<br>A13<br>B1<br>B4<br>B5                   |
| (*Capacidad para diagnosticar la situación estratégica de la empresa y modificar el diseño estratégico                 | saber hacer | A10<br>A11<br>A12<br>A13<br>B1<br>B2<br>B3<br>B4<br>B5       |
| (*Capacidad para desarrollar estrategias de creación de nuevos negocios  | saber hacer | A10<br>A11<br>A12<br>A13<br>B1<br>B2<br>B3<br>B4<br>B5<br>B7 |
| (*Capacidad para utilizar las metodologías financieras considerando su integración en la estrategia de la compañía     | saber hacer | A4<br>A11<br>A13<br>B1<br>B4<br>B7                           |
| (*Capacidad para diseñar un plan de gestión integral de los Recursos Humanos en la Organización                        | saber hacer | A6<br>A9<br>A11<br>A13<br>B1<br>B4<br>B7                     |
| (*Conocer las herramientas de análisis y desarrollo de información, en el Marketing actual, para la toma de decisiones | saber hacer | A5<br>A11<br>A13<br>B1<br>B4<br>B7                           |
| (*Capacidad para desarrollar un plan de fidelización, vinculación y atracción de clientes, en una compañía             | saber hacer | A5<br>A11<br>A13<br>B1<br>B4<br>B7                           |
| (*Capacidad para realizar un adecuado análisis estratégico y crear y analizar los Mapas Estratégicos de la empresa     | saber hacer | A10<br>A11<br>A13<br>B1<br>B4<br>B7                          |

### Contidos

| Tema   |   |
|--|---|
| (*)Tema 1. PROCESO ESTRATÉGICO                           | (*)1.1. El concepto de estrategia<br>1.2. Nuevas empresas<br>1.3. El proceso estratégico<br>1.4. Análisis externo<br>1.5. Análisis de la estrategia (negocio) y sus componentes<br>1.6. Análisis de la estructura (soporte) y sus componentes<br>1.7. Estrategias y resultados<br>1.8. Del diagnóstico al diseño<br>1.9. La implantación de la estrategia   |
| (*)Tema 2. ESTRATEGIA FINANCIERA                         | (*)2.1. Planificación financiera a CP<br>2.2. Planificación financiera a LP<br>2.3. Estructura de capital   |
| (*)Tema 3. ESTRATEGIA DE RECURSOS HUMANOS                | (*)3.1. La posición estratégica de los Recursos Humanos<br>3.2. Análisis de la evolución del entorno internacional<br>3.3. Factores de viabilidad y competitividad empresarial<br>3.4. El papel estratégico de los Recursos Humanos en el desarrollo de la empresa<br>3.5. La integración de las personas en el proyecto empresarial, factor estratégico de crecimiento empresarial sostenido<br>3.6. Evolución de la función del personal<br>3.7. La estructuración de las políticas de Recursos Humanos<br>3.8. La formación de la cultura organizativa<br>3.9. El diseño de la profesión y las competencias<br>3.10. Alternativas y soluciones organizativas para hacer frente a los retos empresariales<br>3.11. La cadena de valor.<br>3.12. Arquitecturas organizativas basadas en la capacidad profesional de los Recursos Humanos.  |
| (*)Tema 4. ESTRATEGIA DE POSICIONAMIENTO Y SEGMENTACIÓN  | (*)1. El papel del director comercial, en el nuevo entorno competitivo, debe pasar de ser un impulsor y dinamizador de venta de productos y servicios a ser un explotador de oportunidades de los activos que controla personas, medios y clientes.<br>4.2. Cuando nos referimos a clientes podemos observar dos áreas críticas, en primer lugar la defensa de aquellos clientes que mantienen el negocio actual de la entidad y representan la estabilidad de la cuenta de resultados, esto a través de estrategias de fidelización y otras enfocadas a la reducción de propensión de fuga (normalmente, más del 40% de esos clientes tienen niveles de volatilidad o actividad críticos), y en segundo lugar, la entidad deberá desarrollar estrategias de vinculación centradas en las mayores oportunidades de los clientes, éstas derivadas del potencial de los mismos, ya sea por relación financiera o por venta cruzada.<br>4.3. El conocimiento de estas estrategias y estructura de negocio (a todos los niveles organizacionales) por parte de la red conllevan la posibilidad de priorización y diferenciación de la gestión, generando al mismo tiempo, un compromiso profesional y personal de orientación hacia el cliente. La base de esta estrategia es la generación de actividades diferenciales en cada nivel de oportunidades (carterización, venta cruzada priorizada, etc.)<br>4.4. Los medios y sistemas deben reflejar la estrategia y prioridades de la compañía, simplificar y mejorar el descubrimiento de negocio y la toma de decisiones frente a los clientes y sus necesidades, dando solución a los cuatro ejes claves de la gestión comercial: análisis, planificación, acción y seguimiento.<br>4.5. La aplicación de una metodología adecuada de trabajo, basada en lo expuesto en los párrafos anteriores y unida a los sistemas adecuados, generan las competencias necesarias para la mejora de eficacia y eficiencia comercial, además del desarrollo de un cambio de cultura de orientación hacia el cliente en toda la organización. |
| (*)Tema 5. CONTROL DE LA ESTRATEGIA: BALANCED SCORE CARD | (*)5.1. Balanced Scorecard y Cuadro de mando: medición y estrategia<br>5.2. Aspectos fundamentales del Balanced Scorecard<br>5.3. Conceptualización y diseño de la estructura a través del BSC  |

### Planificación

|  | Horas na aula | Horas fóra da aula | Horas totais |
|--|---------------|--------------------|--------------|
| Debates                                | 5             | 0                  | 5            |
| Sesión maxistral                       | 40            | 30                 | 70           |
| Estudo de casos/análises de situacións | 15            | 50                 | 65           |

|                                       |   |    |    |
|---------------------------------------|---|----|----|
| Estudo de casos/análise de situacións | 0 | 10 | 10 |
|---------------------------------------|---|----|----|

\*Os datos que aparecen na táboa de planificación son de carácter orientador, considerando a heteroxeneidade do alumnado.

### Metodoloxía docente

|  | Descrición   |
|--|--|
| Debates                                | (*)Charla aberta entre un grupo de estudantes. Pode centrarse en un tema de los contenidos de la materia, en el análisis de un caso, en el resultado de un proyecto, ejercicio o problema desarrollado previamente en una sesión magistral...                |
| Sesión maxistral                       | (*)Exposición por parte del profesor de los contenidos sobre la materia objeto de estudio, bases teóricas y/o directrices de un trabajo, ejercicio o proyecto a desarrollar por el estudiante.   |
| Estudo de casos/análises de situacións | (*)Análisis de un hecho, problema o suceso real con la finalidad de conocerlo, interpretarlo, resolverlo, generar hipótesis, contrastar datos, reflexionar, completar conocimientos, diagnosticarlo y entrenarse en procedimientos alternativos de solución. |

### Atención personalizada

| Metodoloxías                           | Descrición |
|--|------------|
| Estudo de casos/análises de situacións |            |
| Debates                                |            |
| Sesión maxistral                       |            |

### Avaliación

|  | Descrición   | Cualificación |
|--|--|---------------|
| Estudo de casos/análises de situacións | (*)Prueba en que se plantea una situación o problemática ya dada o que puede darse, partiendo de los diferentes factores involucrados, el análisis de los antecedentes, condiciones, de la situación, etc. | 60            |

### Outros comentarios sobre a Avaliación

### Bibliografía. Fontes de información

### Recomendacións