



DIRECCIÓN ESTRATÉGICA

Programa de la asignatura



| SOBRE LA ASIGNATURA | | |
|----------------------------|--|------------------------------|
| 1 | Nombre de la asignatura | Dirección Estratégica |
| 2 | Módulo London Metropolitan University | Strategy: Choices and Change |
| 3 | Créditos asignados | 7,5 ECTS |
| 4 | Componentes de la evaluación | |
| | <i>Tipo</i> | <i>Peso</i> |
| | Actividades (temas y otros) | 20% |
| | Proyecto fin de curso | 20% |
| | Exámenes Progress | 20% |
| | Examen Final | 40% |
| 5 | Descripción de la asignatura | |
| | <p>Esta asignatura online está concebida para Comprender la importancia de las decisiones estratégicas para determinar el éxito o fracaso empresarial, conocer las principales herramientas utilizadas para realizar un correcto análisis y evaluación del entorno cambiante en el que opera la compañía, de los recursos y habilidades de la misma y de cómo combinar todas las fuerzas que interaccionan para crear estrategias exitosas e implantarlas de manera eficiente.</p> <p>Se trata de aportar al alumno una visión práctica del mundo de los negocios, de algunas de sus empresas más exitosas y de que desarrolle un pensamiento lógico y una fuerte capacidad analítica crítica pero que a la vez sea consciente de la necesidad de Comunicar eficazmente sus ideas. Aunque las decisiones estratégicas son las de mayor nivel que se pueden tomar en el desarrollo de una empresa, los fundamentos básicos de las mismas pueden y deben aplicarse a la mayor parte de los aspectos de la vida profesional.</p> <p>Por ejemplo, la lógica que subyace a la necesidad de analizar el entorno que nos rodea, de ser consciente de que el mismo cambia a lo largo del tiempo y de que el éxito será de aquellos que sepan adaptarse mejor a esas circunstancias cambiantes es de utilidad tanto a nivel gerencial como a niveles inferiores y debe servir para detectar oportunidades de negocio.</p> <p>El programa se va estructurar sobre los tres pilares básicos de la Dirección Estratégica, el análisis estratégico, la elección estratégica y la implantación estratégica. En la parte de análisis se incidirá en aquellos aspectos que deben marcar y delimitar las posibilidades de actuación de la empresa como son el entorno en el que opera, los recursos con los que cuenta y la propia cultura organizativa de la misma. De ese análisis saldrán una serie de actuaciones posibles, las cuales deben analizarse dentro de la fase de elección estratégica, en base a criterios de adecuación, factibilidad, aceptabilidad...</p> <p>Como resultado de esta fase se obtendrá la estrategia que se desea implantar y se deberán orientar de manera eficiente todos los recursos para lograr la implantación exitosa de la estrategia elegida.</p> | |

| | |
|---|---|
| 6 | <p>Objetivos de la asignatura</p> <p>Sensibilizar al alumno respecto a la dependencia de la empresa frente a la evolución de su entorno, tanto en el aspecto socioeconómico como al de su sector o industria. Propiciar la visión integrada de las principales funciones de la empresa y de las fuerzas que actúan sobre ella.</p> <p>Determinar herramientas de análisis que nos faciliten la comprensión de la estructura de un sector o industria con la finalidad de establecer posibles escenarios futuros. Tratar de identificar las estrategias seguidas por las empresas y ser capaces de detectar sus aciertos y errores en base a los análisis realizados.</p> |
| 7 | <p>Plan de estudios</p> <p>TEMA 1 – INTRODUCCIÓN A LA ESTRATEGIA</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) ¿Qué es la estrategia? 2) Características de las decisiones estratégicas 3) Niveles de estrategia 4) Vocabulario estratégico 5) Diferencias entre dirección estratégica y operativa 6) Fases de la dirección estratégica <ul style="list-style-type: none"> o Análisis o Elección o Implantación 7) Dirección Estratégica Ajustada o Extendida <p>TEMA 2- ANÁLISIS DEL ENTORNO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Fases del Análisis 2) Naturaleza del Entorno 3) Analisis PEST 4) Utilización de Escenarios 5) 5 Fuerzas de Porter 6) Análisis de Grupos Estratégicos 7) Segmento y Poder De Mercado 8) Matriz de Cuota y Crecimiento de Mercado 9) Matriz de Política Direccional <p>TEMA 3- ANÁLISIS DE RECURSOS Y CAPACIDAD ESTRATÉGICA</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Sistemática 2) Valoración de Recursos 3) Competencias Centrales . 4) Análisis de La Cadena de Valor (Porter) <ul style="list-style-type: none"> o Utilización de Recursos o Eficiencia en Costes o Curva de Experiencia o Eficacia o Control de Recursos o Análisis Financiero |

- 5) Análisis Comparativo vs
 - Histórico
 - Industria
 - Mejores Prácticas
- 6) Equilibrio de Recursos
 - Análisis de Cartera
 - Análisis de Flexibilidad
- 7) Identificación de Factores Clave
 - Análisis SWOT
 - Core Competences

TEMA 4 – LA ELECCIÓN ESTRATÉGICA: ESTRATEGIAS GENÉRICAS

- 1) Introducción
- 2) Las Estrategias Genéricas: Porter
 - Liderazgo en Costes
 - Diferenciación
 - Problemas del Liderazgo en Costes y Diferenciación
- 3) El Reloj de la Estrategia
 - Estrategias Basadas en Precio
 - Estrategias de Diferenciación
 - La Estrategia Híbrida
 - La Diferenciación Enfocada
 - Las Estrategias Fallidas
- 4) Mantenimiento y Operatividad de las Estrategias Genéricas
 - Cadena de Valor: Coste, Diferenciación y Enlaces
 - Estrategias Genéricas como Reto para la Dirección

TEMA 5 – LA ELECCIÓN ESTRATÉGICA: DIRECCIONES Y MÉTODOS DE DESARROLLO

- 1) Desarrollo de la Estrategia en las UEN: La Empresa Matriz
 - Gestión de Carteras y la Matriz
 - La Matriz de Tutela (Parenting Matrix)
- 2) Direcciones Alternativas para la Formulación Estratégica
- 3) A Partir de la Posición Actual
 - Retirada
 - Consolidación
- 4) Penetración de Mercado
- 5) Desarrollo de Producto
- 6) Desarrollo de Mercados
- 7) Diversificación
- 8) Métodos de Desarrollo Estratégico
 - Desarrollo Interno
 - Fusiones y Adquisiciones
 - Joint Ventures y Alianzas Estratégicas
 - Desarrollos Relacionados
 - Diversificación y Performance
- 9) Análisis del Rendimiento
 - Rentabilidad
 - Coste – Beneficio
 - Valor para el Accionista

| | |
|---|---|
| | <p>10) Análisis del Riesgo</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Ratios Financieros ○ Sensibilidad ○ Matrices de Decisión ○ Modelos de Simulación <p>11) Modelos Heurísticos</p> <p>12) Analisis Reacciones Stakeholders</p> <p>13) Análisis de Viabilidad</p> <p>14) Selección de Estrategia</p> |
| 8 | <p>Metodología Docente</p> <p>A lo largo de la asignatura se realizarán, de manera online, en grupos o individualizadamente, diferentes tipos de tareas, las cuales provocarán actividades de debate en los foros establecidos al efecto, todas ellas a través del campus online.</p> <p>En las tareas se plantean situaciones empresariales extraídas de la vida real y se llevarán a cabo actividades de análisis estratégico, formulación de estrategias empresariales y sus alternativas, o justificación de las actuaciones llevadas a término por las diferentes empresas, desde el punto de vista de la dirección estratégica.</p> <p>La metodología a utilizar consistirá en el desarrollo teórico del programa por parte del profesor, fundamentado en la bibliografía básica recomendada y lecturas complementarias. Tales fundamentos teóricos se tratarán de aplicar a la práctica, tanto en las tareas que lleva asociadas cada unidad como a través de los test que se deberán resolver individualmente.</p> |
| 9 | <p>Bibliografía y Fuentes de Información</p> <ul style="list-style-type: none"> - Dess & Gregory G.: “Strategic management: Creating Competitive advantages”, Mc. Graw Hill Ed., 2004 - Dess / Lumpkin / Eisner / Mc. Namara : “Strategic management: Text and cases”, Mc. Graw Hill Ed. 2013 - Robert Kaplan & David Norton : “The strategy-focused organization: How balanced scorecard companies thrive in the new Business Environment”, Harvard Business school Ed. 2000 - Artículos y noticias de actualidad que se irán proporcionando en los diferentes temas. - Más bibliografía en las guías de estudio de cada uno de los temas. |