Universidad Europea del Atlántico

GUÍA DOCENTE 2024-2025

DATOS GENERALES DE LA ASIGNATURA

ASIGNATURA:	Dirección Estratégica y Competencias Directivas
PLAN DE ESTUDIOS:	Grado en Psicología
FACULTAD:	**Facultad de** Ciencias de la Salud
CARÁCTER DE LA ASIGNATURA:	Optativa
ECTS:	6
CURSO:	Cuarto
SEMESTRE:	Primero
IDIOMA EN QUE SE IMPARTE:	Castellano
PROFESORADO:	Dra. Silvia Aparicio Obregón
DIRECCIÓN DE CORREO ELECTRÓNICO:	silvia.aparicio@uneatlantico.es

DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

REQUISITOS PREVIOS:

Para cursar la asignatura Dirección Estratégica y Competencias Directivas es necesario haber cursado previamente Psicología de las organizaciones

CONTENIDOS:

I. INTRODUCCIÓN

TEMA 1. DIRECCIÓN ESTRATÉGICA DE LA EMPRESA

1.1. Elementos básicos de la estrategia: concepto y evolución.
1.2. Componentes y niveles de estrategia.
1.3. Estrategia, visión, misión y oficio de la empresa
1.4. Segmentación estratégica: unidades, identificación y delimitación.
1.5. Estrategia y objetivos corporativos.
1.6. La empresa desde la perspectiva estratégica: *Dirección Estratégica*.

II. ANÁLISIS ESTRATÉGICO

TEMA 2. ANÁLISIS EXTERNO: (I) EL ENTORNO GENERAL

2.1. Concepto del entorno.

2.2. Entorno genérico y específico: Componentes.
2.3. Tipología del entorno: turbulencia y modelos.
2.4. Técnicas de análisis del entorno general: perfiles estratégicos, escenarios y prospectiva.

TEMA 3. ANÁLISIS EXTERNO: (II) EL ENTORNO ESPECÍFICO
3.1. Semántica sectorial: sector, industria, mercado, negocio.
3.2. Tipología sectorial.
3.3. Análisis de la estructura de una industria o sector.
3.4. Segmentación de mercados: los grupos estratégicos.

TEMA 4. ANÁLISIS INTERNO: (I) LA ESTRUCTURA FUNCIONAL
4.1. La estructura económica de la empresa
4.2. Análisis de las competencias de la empresa: los recursos, las capacidades, ventajas competitivas, búsqueda de la competitividad, éxito vs. fracaso.
4.3. La cadena de valor.
4.4. Análisis funcional y perfil estratégico.
4.5. Apalancamiento.
4.6. Análisis DAFO.

TEMA 5. ANÁLISIS INTERNO: (II) LA CARTERA DE NEGOCIOS
5.1. Ciclo de vida.
5.2. El método PIMS.
5.3. Las matrices de análisis estratégico: pantalla de negocios -matriz atractivo de la industria-posición competitiva, portafolios-matriz crecimiento-cuota de mercado, matriz crecimiento ganancia, y matrices orgánicas ADL.
5.4. Consideraciones empíricas.

TEMA 6. ANÁLISIS INTERNO: (III) TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN
6.1. La tecnología: aproximación, concepto y tipología
6.2. Análisis del potencial tecnológico de la empresa: impactos sobre actividades y la estructura sectorial; impactos sobre la estructura de la competencia y la posición competitiva.
6.3. Estrategias tecnológicas: el patrimonio tecnológico, la adquisición de tecnologías, estrategias.
6.4. Las nuevas tecnologías de la información.

III. ESTRATEGIAS DE LA EMPRESA

TEMA 7. ESTRATEGIAS COMPETITIVAS GENERICAS
7.1. Ventajas competitivas y estrategia de la empresa.
7.2. La estrategia de liderazgo en costes.
7.3. La estrategia de diferenciación de productos.
7.4. Estrategia de alta segmentación.
7.5. Estrategias complementarias: respuesta rápida, innovación y entorno.

TEMA 8. ESTRATEGIAS SEGÚN EL CICLO DE VIDA DE LA EMPRESA
8.1. Una visión sobre el crecimiento empresarial.
8.2. Estrategias de crecimiento estable y crecimiento real.
8.3. Estrategias de estabilidad y supervivencia: saneamiento, cosecha, desinversión y liquidación.

8.4. Ciclo económico y estrategias.

TEMA 9. ESTRATEGIAS SECTORIALES

9.1. Estrategias en industrias nuevas o emergentes.
9.2. Estrategias en industrias maduras.
9.3. Estrategias en industrias en declive.
9.4. La propuesta de entornos estratégicos del BCG: industrias fragmentadas, especializadas, estancadas y de volumen.

TEMA 10. ESTRATEGIAS DE DESARROLLO

10.1. Los ejes estratégicos del crecimiento.
10.2. Formas de crecimiento: expansión-especialización, diversificación, integración vertical, diversificación horizontal y concentrica.
10.3. Conglomerados, corporaciones y grupos de empresas.
10.4. Métodos del crecimiento: interno vs. externo, estrategias de fusión y adquisición, problemática de la integración.
10.5. Alternativas financieras en los procesos de fusión y adquisición.

TEMA 11. ESTRATEGIAS DE COOPERACIÓN

11.1. Las alianzas empresariales: objetivos y factores de éxito; ventajas e inconvenientes.
11.2. Formas de alianza y cooperación: franquicia; licencia; subcontratación; consorcios; join ventures, ventura capital, etc.

TEMA 12. LA ESTRATEGIA DE INTERNACIONALIZACIÓN

12.1. La empresa multinacional: características y aspectos organizativos y financieros.
12.2. La estrategia de internacionalización de la empresa: métodos de entrada y modelos evolutivos.
12.3. Competencia global: globalización de mercados; las propuestas de Porter y Solberg.
12.4. Estrategias globales.

IV. EVALUACIÓN, IMPLANTACIÓN Y CONTROL DE ESTRATEGIAS.

TEMA 13. EVALUACIÓN Y SELECCIÓN DE ESTRATEGIAS

13.1. La evaluación estratégica: criterios, la lógica y otras referencias.
13.2. Técnicas de evaluación estratégica.
13.3. La elección estratégica: análisis de la rentabilidad y el riesgo.

TEMA 14. LA IMPLANTACIÓN DE ESTRATEGIAS

14.1. La implantación de la estrategia.
14.2. Relación entre estrategia y estructura organizativa.
14.3. Implementación y desarrollo de la estratégia.
14.4. El sistema de dirección estratégica.
14.5. Cultura Corporativa.

TEMA 15. SISTEMAS DE PLANIFICACIÓN Y CONTROL

15.1. Planificación y asignación de recursos.
15.2. Sistemas de planificación estratégica.
15.3. El control estratégico.
15.4. El sistema de información en la empresa.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

RESULTADOS DEL PROCESO DE FORMACIÓN Y DE APRENDIZAJE:
En esta asignatura se espera que los alumnos alcancen los siguientes resultados de aprendizaje: RAK1-Comprender la evolución de la Psicología como ciencia y los diferentes enfoques y teorías que han contribuido a su desarrollo. ● Identificar la evolución de los modelos de gestión organizacional reconociendo el impacto que tienen los procesos sociopsicológicos en el desempeño individual y de equipo y en la efectividad organizacional, así como la importancia de los recursos humanos para la consecución de las estrategias.
RESULTADOS PROPIOS DE LA ASIGNATURA:
En esta asignatura se espera que los alumnos alcancen los siguientes resultados de aprendizaje: Habilidades o destrezas: ● Analizar situaciones en el contexto laboral teniendo en cuenta el triple abordaje individuo-grupo-organización. ● Analizar la empresa, su estructura y funcionamiento, desde una perspectiva sistémica e integrada. Competencias: ● Implementar modelos de cambio y desarrollo organizacional para el logro de la efectividad en las organizaciones. ● Gestionar la comunicación corporativa conociendo su impacto en la organización y su entorno.

METODOLOGÍAS DOCENTES Y ACTIVIDADES FORMATIVAS

METODOLOGÍAS DOCENTES:
● Método Expositivo. ● Estudio y análisis de casos. ● Resolución de ejercicios ● Aprendizaje basado en problemas ● Aprendizaje orientado a proyectos

- Aprendizaje cooperativo/ trabajo en grupo
- Trabajo autónomo

A partir de las metodologías docentes especificadas anteriormente, en esta asignatura, el alumno participará en las siguientes actividades formativas:

Actividades formativas	Horas	% Presencialidad
Clases expositivas	7,5	100
Clases prácticas	15	100
Seminarios y talleres	15	100
Supervisión de actividades	7,5	100
Tutorías (individual / en grupo)	7,5	100
Preparación de clases	15	0
Estudio personal y lecturas	30	0
Elaboración de trabajos	30	0
Trabajo en campus virtual	7,5	0
Actividades de evaluación	7,5	100

El primer día de clase, el profesor/a proporcionará información más detallada al respecto.

SISTEMA DE EVALUACIÓN

CONVOCATORIA ORDINARIA:

En la convocatoria ordinaria de esta asignatura se aplican los siguientes instrumentos de evaluación:

Actividades de evaluación		Ponderación
Evaluación continua	Un trabajo en grupo	20 %
	Examen Parcial teórico-práctico	25 %
	Interés y participación del alumno en la asignatura	5 %
Evaluación final	Examen Final Teórico-Práctico	50 %

La calificación del instrumento de la evaluación final (tanto de la convocatoria ordinaria como de la extraordinaria, según corresponda) **no podrá ser inferior, en ningún caso, a 4,0 puntos** (escala 0 a 10) para aprobar la asignatura y consecuentemente poder realizar el cálculo de porcentajes en la calificación final.

CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA:[

La convocatoria extraordinaria tendrá lugar durante el mes de julio (consúltese el calendario académico fijado por la universidad). Esta consistirá en la realización de un examen teórico práctico final con un valor del 50% de la nota final de la asignatura. El resto de la nota se complementará con la calificación obtenida en la evaluación continua de la convocatoria ordinaria.

BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS DE REFERENCIA GENERALES

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA:

Las siguientes referencias son de consulta obligatoria:

- Guerras L.A. y Navas, J.E. (2017): *La dirección estratégica de la empresa. Teoría y aplicaciones*. Madrid: Thomson Reuters.
- Guerras L.A. y Navas, J.E. (2014): *Casos de Dirección Estratégica de la Empresa*, Madrid: Thomson Reuters.
- Johnson, G. y Scholes, K (2006): *Dirección Estratégica*. Madrid: Pearson.

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA:

Las siguientes referencias no se consideran de consulta obligatoria, pero su lectura es muy recomendable para aquellos estudiantes que quieran profundizar en los temas que se abordan en la asignatura.

- Bueno, E. (2009): Curso Básico de Economía de la Empresa. Madrid: Pirámide.
- Grant, R. H. (1992). *Comtemporary Strategy Analysis.* Blackwell Publishers. Cambridge. Mass. Edición castellana: *Dirección Estratégica. Conceptos, técnicas y aplicaciones*. Madrid: Civitas.
- Jarillo, J. C. (1992). *Dirección Estratégica*. Madrid: Mc. Graw Hill
- Kenichi, O. (1993). *La mente del estratega*. Madrid: Mc Graw Hill.
- Mintzberg, H. y Queen, J. (1993). *El proceso estratégico. Concepto.contexto y casos*. Madrid: Prentice Hall.
- Onaka y Takeuchi (1995). *The Knowledge Creating Company*. Oxford University Press.
- Porter, M. (1985). Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance. Free Press. New York. Versión castellana: *Ventaja Competitiva*. México: Cecsa.
- Ruesga, S. et al. (2014): Economía Española: estructura y regulación. Madrid: Paraninfo.
- Steven y Schnaars (1991). *Estrategias de marketing*. Madrid: Diaz de Santos.
- Strickland y Thompson (2001). *Administración estratégica.* Madrid: Mc Graw-Hill.
- Tamames, R. (2008): Estructura Económica de España. Madrid: Alianza.
- Tamames, R. (2010): Estructura Económica Internacional. Madrid: Alianza.
- López y L. A. Guerras Martín, J. E. N. (2016). Fundamentos de Dirección Estratégica de la Empresa. Editorial Aranzadi.
- -GUERRAS MARTÍN, LUIS A. / NAVAS LÓPEZ, JOSÉ E. (2023). Fundamentos dirección estratégica de empresa 3a ed duo.

WEBS DE REFERENCIA

www.ine.es

http://ec.europa.eu/eurostat/data/database

www.bancomundial.org www.imf.org www.wto.org http://www.consilium.europa.eu/es/european-council/ http://ec.europa.eu/index_es.htm http://www.europarl.europa.eu/portal/es http://europa.eu/about-eu/institutions-bodies/court-justice/index_es.htm http://europa.eu/about-eu/institutions-bodies/court-auditors/index_es.htm http://europa.eu/about-eu/institutions-bodies/ecosoc/index_es.htm http://europa.eu/about-eu/institutions-bodies/cor/index_es.htm http://www.eib.org/ https://www.ecb.europa.eu/ecb/html/index.es.html
OTRAS FUENTES DE CONSULTA:
www.gapminder.es Multitud de webs empresariales de los diferentes sectores de la economía española