

Dirección Estratégica / Strategic Management

Grado en Economía y Negocios Internacionales

UNIVERSIDAD NEBRIJA

GUÍA DOCENTE

Asignatura: Dirección Estratégica / Strategic Management

Titulación: Grado en Economía y Negocios Internacionales

Carácter: Obligatoria

Idioma: Castellano e Inglés

Modalidad: Presencial y a distancia

Créditos: 6

Curso: 4º

Semestre: 2º

Profesores / Equipo Docente: Carlos Chaves y Antonio Díaz-Barceló.

1. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

1.1. Competencias

Competencias básicas

CB1 Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos enun área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio.

CB2 Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio.

CB3 Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.

CB4 Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.

CB5 Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.

Competencias generales

CG4 Dominar la terminología económica y empresarial, y utilizarla en los contextos apropiados.

CG6 Ser capaz de adaptarse a nuevas situaciones.

CG7 Identificar los elementos relevantes para la toma de decisiones.

CG8 Aplicar los conocimientos en la práctica, obteniendo resultados que conduzcan a la resolución de problemas, de manera específica en el ámbito de la economía y los negocios internacionales.

CG11 Participar activamente en equipos interdisciplinares e internacionales.

Competencias específicas

CE5 Evaluar las consecuencias de distintas alternativas de acción, y seleccionar las mejores, dados los objetivos.

CE12 Aportar valor a la gestión de una organización, entendiendo sus fines y su posición dentro del mercado o contexto en el que se ubica.

CE13 Analizar a través de la información relevante (contable, financiera, estratégica) la situación económica de empresas.

CE24 Interpretar y entender la información empresarial relevante, situarla en contexto, y la utilizarla en los negocios internacionales.

1.2 Resultados de aprendizaje

El estudiante al finalizar esta materia deberá:

- Conocer las características específicas de la gestión empresarial internacional
- Manejar los instrumentos de la dirección estratégica

2. CONTENIDOS

2.1. Requisitos previos

Ninguno.

2.2. Descripción de los contenidos

Aproximación al estudio de la empresa como organización. En una primera etapa, se estudia el individuo, los determinantes de su conducta y nivel de desempeño. Posteriormente, se analizan las relaciones al nivel de grupo, dinámicas de poder e influencia, liderazgo, gestión de conflictos, etc. Finalmente, se da un repaso a las configuraciones organizativas, estructuras, organigramas y procesos que tienen lugar en el ámbito de toda organización. A lo largo del curso, el alumno irá adoptando una visión global de las organizaciones empresariales, tanto desde la perspectiva individual como de grupo, adquiriendo así una amplia formación sobre la gestión y la organización de las mismas. La asignatura proporciona una visión completa y práctica del actual sistema de Dirección Estratégica de la empresa, desarrollando en los estudiantes una mentalidad estratégica a la hora de tener que resolver problemas de gestión empresarial.
Desarrollo de casos reales de estrategias competitivas en varios sectores. Introducción a la problemática del cambio y la adaptación permanente de la actividad empresarial.

Approach to the study of the company as an organization. In a first stage, the individual is studied, the determinants of their behavior and performance level. Subsequently, relations at the group level, dynamics of power and influence, leadership, conflict management, etc. are analyzed. Finally, a review of the organizational configurations, structures, organization and processes taking place in the field of any organization is given. Throughout the course, students will be taking a global view of business organizations, both individual and group perspective, acquiring extensive training on the management and organization of the same. The course provides a comprehensive and practical overview of the current system of strategic management of the company, developing in students a strategic mindset when having to solve business management problems.
Development of actual cases of competitive strategies in various sectors. Introduction to the problems of change and continuous adaptation of business.

2.3. Contenido detallado

1. Introducción a la estrategia

1.1. Orquestación estratégica, diferenciación y seducción del cliente
1.2. El entorno
1.3. Misión, visión y valores
1.4. Análisis externo e interno
1.5. Ventaja competitiva
1.6. Capacidad estratégica, propósito estratégico y cultura empresarial

2. Formulación estratégica

2.1. Estrategia a nivel de negocio
2.2. Herramientas de la estrategia
2.3. Modelo de las cinco fuerzas de Michael Porter
2.4. Balanced Scorecard
2.5. Análisis DAFO
2.6. Matriz del Boston Consulting Group
2.7. Cadena de valor
2.8. Ciclo de vida del producto
2.9. Curvas de experiencia
2.10. Análisis de competencias esenciales

3. Estrategia a nivel corporativo

3.1. Modelos de negocio
3.2. Métodos de desarrollo: interno y externo
3.3. Direcciones de desarrollo
3.4. Cooperación estratégica
3.5. Gobierno corporativo

4. Estrategia en acción

4.1. Implementación estratégica
4.2. Estrategia Internacional
4.3. Innovación estratégica
4.4. Digitalización

2.4. Actividades Dirigidas

Durante el curso se podrán desarrollar algunas de las actividades, prácticas, memorias o proyectos siguientes, u otras de objetivos o naturaleza similares:

Actividad Dirigida 1 (AD1): A lo largo del curso, el alumnado desarrollará una actividad dirigida de carácter obligatorio orientada al análisis y planteamiento estratégico de una empresa. El trabajo se realizará de forma colaborativa, en grupos de tamaño reducido, y consistirá en aplicar los conceptos y herramientas abordados en la asignatura al estudio de una organización empresarial, real o simulada.

La actividad tendrá como objetivo fomentar la capacidad de análisis, la toma de decisiones estratégicas y la aplicación práctica de los contenidos teóricos, permitiendo distintos enfoques metodológicos según el desarrollo del curso.

Actividad Dirigida 2 (AD2): De manera periódica a lo largo del curso, se llevarán a cabo dinámicas de aprendizaje, tanto individuales como en grupo, orientadas a reforzar y consolidar los conceptos trabajados en cada tema.

Estas actividades podrán apoyarse en distintas herramientas y formatos, incluyendo entornos digitales y dinámicas de participación, con el fin de dinamizar el proceso de aprendizaje, favorecer la implicación del alumnado y facilitar la revisión continua de los contenidos de la asignatura.

2.5. Actividades Formativas

Tipo de actividad modalidad presencial	Horas	Presencialidad %
AF1 Clase Magistral/ Fundamentos Teóricos	45	100%
AF2 Caso Práctico	9	100%
AF3 Tutoría	9	100%
AF4 Trabajos o ejercicios de los estudiantes	18	0%
AF5 Actividades a través de recursos virtuales	6	50%
AF6 Acceso e investigación sobre contenidoscomplementarios	6	0%
AF7 Estudio individual	57	0%
Tipo de actividad modalidad a distancia	**Horas**	**Presencialidad %**
AF8 Clase Magistral a distancia	12	50%
AF9 Caso práctico a distancia	12	0%
AF5 Actividades a través de recursos virtuales	48	0%
AF6 Acceso e investigación sobre contenidos complementarios	18	0%
AF7 Estudio individual	24	0%
AF10 Tutoría a distancia	12	100%
AF11 Trabajos o ejercicios de los estudiantes	24	50%

Metodologías docentes

Presencial y a distancia:

MD1	Método expositivo / Clase magistral
MD2	Resolución de ejercicios y problemas
MD3	Método del caso
MD4	Realización de trabajos

3. SISTEMA DE EVALUACIÓN

3.1. Sistema de calificaciones

El sistema de calificaciones finales se expresará numéricamente del siguiente modo:

0 - 4,9 Suspenso (SS)
5,0 - 6,9 Aprobado (AP)
7,0 - 8,9 Notable (NT)
9,0 - 10 Sobresaliente (SB)
La mención de "matrícula de honor" podrá ser otorgada a alumnos que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9,0.

3.2. Criterios de evaluación

Convocatoria ordinaria

Modalidad: Presencial

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Asistencia y participación en clase	10%
Presentación de trabajos y proyectos (Prácticas individuales y trabajo en equipo)	30%
Prueba parcial (escrita/presentación trabajo)	10%
Examen final o trabajo final presencial	50%

Modalidad: A distancia

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Participación en foros y actividades tutorizadas	10%
Presentación de trabajos y proyectos (Prácticas individuales y trabajo en equipo)	30%
Examen final o trabajo final presencial	60%

Convocatoria extraordinaria

Modalidad: Presencial

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Presentación de trabajos y proyectos (Prácticas individuales y trabajo en equipo)	30%
Examen final o trabajo final presencial	70%

Modalidad: A distancia

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Presentación de trabajos y proyectos (Prácticas individuales y trabajo en equipo)	30%
Examen final o trabajo final presencial	70%

3.3. Restricciones

Calificación mínima

Para poder hacer media con las ponderaciones anteriores es necesario obtener al menos una calificación de 5 en la prueba final.

Asistencia

El alumno que, injustificadamente, deje de asistir a más de un 25% de las clases presenciales podrá verse privado del derecho a examinarse en la convocatoria ordinaria.

Normas de escritura

Se prestará especial atención en los trabajos, prácticas y proyectos escritos, así como en los exámenes tanto a la presentación como al contenido, cuidando los aspectos gramaticales y ortográficos. El no cumplimiento de los mínimos aceptables puede ocasionar que se resten puntos en dicho trabajo.

3.4. Advertencia sobre plagio

La Universidad Antonio de Nebrija no tolerará en ningún caso el plagio o copia. Se considerará plagio la reproducción de párrafos a partir de textos de auditoría distinta a la del estudiante (Internet, libros, artículos, trabajos de compañeros…), cuando no se cite la fuente original de la que provienen. El uso de las citas no puede ser indiscriminado. El plagio es un delito.

En caso de detectarse este tipo de prácticas, se considerará Falta Grave y se podrá aplicar la sanción prevista en el Reglamento del Alumno.

4. BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía básica

- Gerry, J., Scholes, K., Whittington, R. (2010). *Fundamentos de estrategia.* Pearson.
- Whittington, R., Regnér, P., Angwin, D. (2021). *Fundamentals of strategy*. Pearson.

Bibliografía recomendada

- Goldman, H. H. (1995). Global Strategies: Insights from the World's Leading Thinkers. *Consulting to Management*, *8*(4), 68.
- Grant, R. M. (2014). *Dirección estratégica*. Thomson-Civitas.
- Guerras Martín, L. A., Navas López, J. E. (2008*). Casos de dirección estratégica de la empresa*. Thomson-Civitas.
- Kaplan, R. S., Norton D.P. (2016). *El cuadro de Mando Integral: The Balanced Scorecard.* Gestión 2000.
- Kim, W. C., Mauborgne, R. (2023). *Beyond Disruption: Innovate and Achieve Growth without Displacing Industries, Companies, or Jobs*. Harvard Business Review Press.
- Martín, L. A. G., López, J. E. N. (2022). *La dirección estratégica de la empresa. Teoría y aplicaciones*. Aranzadi/Civitas.
- Rothaermel, F. T. (*2023). Strategic Management.* McGraw Hill.
- Rumelt, R. P. *(2022). The Crux: How Leaders Become Strategists.* PublicAffairs.
- Slywotzky, A. J., Morrison, D. J., Andelman, B. (2007). *The profit zone: How strategic business design will lead you to tomorrow's profits*. Currency.