



FACULTAD DE HUMANIDADES

GUIA DOCENTE

CURSO 2023-24

GRADO EN GESTIÓN CULTURAL

DATOS DE LA ASIGNATURA

Nombre:

DIRECCIÓN ESTRATÉGICA

Denominación en Inglés:

STRATEGIC MANAGEMENT

Código:

101312224

Tipo Docencia:

Presencial

Carácter:

Obligatoria

Horas:

	Totales	Presenciales	No Presenciales
Trabajo Estimado	150	45	105

Créditos:

Grupos Grandes	Grupos Reducidos			
	Aula estándar	Laboratorio	Prácticas de campo	Aula de informática
4.8	1.2	0	0	0

Departamentos:

DIRECCION DE EMPRESAS Y MARKETING

Áreas de Conocimiento:

ORGANIZACION DE EMPRESA

Curso:

4º - Cuarto

Cuatrimestre

Segundo cuatrimestre

DATOS DEL PROFESORADO (*Profesorado coordinador de la asignatura)

Nombre:	E-mail:	Teléfono:
* Elena García De Soto Camacho	elena.gardeso@dem.uhu.es	959 217 851
JAIME ALBERTO PEREZ GUERRERO	jaime.perez@dem.uhu.es	

Datos adicionales del profesorado (Tutorías, Horarios, Despachos, etc...)

COORDINADOR DE LA ASIGNATURA:

PROF^a. D^a. ELENA GARCÍA DE SOTO CAMACHO

ÁREA: Área de Organización de Empresas

DEPARTAMENTO: Departamento de Dirección de Empresas y Marketing

DESPACHO: Despacho 36 en Facultad Ciencias Empresariales y Turismo. Pabellón 11, bajo, nº 25 en Facultad de Humanidades. Despacho 3.4 en Facultad de Ciencias del Trabajo.

CORREO ELECTRÓNICO: elena.gardeso@dem.uhu.es

TELÉFONO: 959217851

TUTORÍAS:

- Primer cuatrimestre: Miércoles de 10:30 a 12:30 horas (hasta el 31/10/23) (Facultad de Ciencias del Trabajo), y jueves de 9:00 a 13:00 horas (hasta el 31/12/23) y de 9:00 a 15:00 horas (desde el 1/11/23) (Facultad de Ciencias Empresariales y Turismo)
- Segundo cuatrimestre: Martes y jueves, de 9:00 a 12:00 horas (Facultad de Ciencias Empresariales y Turismo).

OTROS DOCENTES:

PROF. D. JAIME PÉREZ GUERRERO

ÁREA: Área de Organización de Empresas

DEPARTAMENTO: Departamento de Dirección de Empresas y Marketing

CENTRO: Facultad de Humanidades

DESPACHO Pabellón 11, bajo, nº 25 en Facultad de Humanidades.

CORREO ELECTRÓNICO: jaime.perez@dem.uhu.es

TELÉFONO:

TUTORÍAS:

- Primer cuatrimestre: Lunes y miércoles, de 12:30 a 14:00 horas (Facultad de Ciencias Empresariales y Turismo).
- Segundo cuatrimestre: Lunes y martes, de 16:30 a 18:00 horas (Facultad de Humanidades).

DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

1. Descripción de Contenidos:

1.1 Breve descripción (en Castellano):

Estudio de los fundamentos de la estrategia empresarial, con especial atención a los siguientes aspectos: análisis externo e interno; formulación del diagnóstico estratégico; elaboración, implantación y control de la estrategia.

1.2 Breve descripción (en Inglés):

Study of the fundamentals of business strategy, with special attention to the following aspects: external and internal analysis; formulation of the strategic diagnosis; elaboration, implementation and control of the strategy.

2. Situación de la asignatura:

2.1 Contexto dentro de la titulación:

Asignatura que pretende facilitar al alumno las herramientas necesarias para gestionar la empresa desde un punto de vista estratégico, llevándola desde su posición actual hasta una situación futura deseada.

2.2 Recomendaciones

No existen requisitos previos ni recomendaciones para esta materia.

3. Objetivos (resultado del aprendizaje, y/o habilidades o destrezas y conocimientos):

- Disponer de una visión integradora de las distintas unidades y áreas de la empresa, así como de su gestión desde la perspectiva de la dirección general.
- Analizar los problemas generales de los negocios, englobados en el entorno en el que desarrollan su actividad.
- Diseñar y desarrollar estrategias empresariales que garanticen la adaptación de las empresas al entorno y su éxito en el mercado.
- Evaluar e implementar la estrategia, en consonancia con las circunstancias del medio en el que se aplican las decisiones.

4. Competencias a adquirir por los estudiantes

4.1 Competencias específicas:

CE13: Conocimiento de la gestión de equipamientos culturales. Diseño, producción y comercialización de productos, proyectos y actividades culturales. (LB-HUM 29).

CE17: Innovar en la presentación y difusión de la cultura. (LB-HUM 36).

CE23: Promover el interés por el valor social, económico y empresarial de la cultura. (LB-HUM 45).

CE24: Conocer, comprender e interpretar la diversidad social y cultural. (LB-HUM 48).

CE6: Conocimiento básico de marketing, de organización y gestión empresarial. (LB-HUM 17 y 19).

CE7: Conocimiento del sector profesional y empresarial de la cultura, así como de las redes profesionales de la gestión cultural.

CE8: Conocimiento básico de la administración pública y privada. (LB-HUM 18).

4.2 Competencias básicas, generales o transversales:

CB1: Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un 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.

CG1: Capacidad de análisis y síntesis.

CG9: Capacidad de toma de decisiones, de iniciativa y espíritu emprendedor.

CG11: Capacidad de liderazgo. Habilidad para el diseño y gestión de proyectos.

CG12: Capacidad de comunicar y transmitir los conocimientos adquiridos.

CG13: Habilidad para trabajar en un contexto internacional.

CG14: Respeto de la diversidad cultural y compromiso con la igualdad de género.

CG15: Compromiso ético y preocupación por la calidad y motivación de logro.

CG2: Capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica.

CG3: Comunicación oral y escrita en la lengua materna y/o en una lengua extranjera.

CG4: Habilidades básicas del manejo de las nuevas tecnologías.

CG5: Habilidades de investigación y gestión de la información.

CG6: Capacidad crítica y autocrítica.

CG7: Capacidad de adaptarse a nuevas situaciones y resolución de problemas.

CG8: Capacidad para generar nuevas ideas.

CG10: Habilidad para trabajar de forma autónoma y en equipo.

5. Actividades Formativas y Metodologías Docentes

5.1 Actividades formativas:

- Actividad docente presencial. El equipo de coordinación docente determinará en cada caso la distribución de las siguientes actividades presenciales, en función de las necesidades de cada materia, para garantizar la formación en competencias: a. Sesiones académicas teóricas. b. Sesiones académicas prácticas. c. Conferencias. d. Seminarios-exposición y debate. e. Trabajos de grupo. f. Tutorías especializadas. g. Talleres y prácticas en laboratorios y aula de idiomas. h. Trabajo y prácticas de campo. i. Tutorías presenciales. j. Resolución de problemas y casos prácticos.

- Actividad no presencial. El equipo de coordinación docente determinará en cada caso la distribución de las siguientes actividades no presenciales, en función de las necesidades de cada materia, para garantizar la formación en competencias: a. Lectura de bibliografía específica (fuentes primarias y secundarias); b. Redacción de reseñas críticas; c. Redacción de trabajos escritos de diversa índole; d. Preparación de trabajos individuales o de grupo; e. Realización de portafolios; f. Prácticas en laboratorios de informática; g. Prácticas en el aula de idiomas; h. Prácticas en plataformas virtuales; i. Estudio y preparación de contenidos; j. Búsqueda y análisis de información documental y textual; k. Utilización de bases de datos bibliográficas.

5.2 Metodologías Docentes:

- Sesiones académicas teóricas.
- Tutorías especializadas.
- Sesiones académicas prácticas.
- Trabajos de grupo.

5.3 Desarrollo y Justificación:

- **SESIONES DE GRUPO GRANDE:** Para las clases en grupo grande los recursos que se utilizarán son la pizarra (tradicional y/o en su versión electrónica), las proyecciones de presentaciones con la ayuda del ordenador y material suplementario suministrado por el profesorado (fotocopias, archivos electrónicos, etc.).
- **SESIONES DE GRUPO REDUCIDO (PRÁCTICAS):** En las sesiones en grupo reducido se impartirán fundamentalmente las clases prácticas donde se aplicarán los contenidos abordados en las clases teóricas, se hará hincapié en los mecanismos de resolución, sus limitaciones y ventajas, así como un análisis crítico de los resultados alcanzados. Estas clases prácticas serán interactivas y la participación del alumno será tenida en cuenta a la hora de valorar su adaptación al grado de aprendizaje.
- **OTRAS ACTIVIDADES DOCENTES:** Todo el material oportuno para el seguimiento de las clases teóricas y prácticas estará disponible en la plataforma de teleformación de la Universidad de Huelva, el plan de trabajo, los horarios de las clases teóricas y prácticas, así como enlaces de interés de la asignatura.

6. Temario Desarrollado

PARTE I: FUNDAMENTOS DE LA DIRECCIÓN ESTRATÉGICA

Tema 1. La dirección estratégica como sistema de dirección

1.1. Introducción

1.2. La función de dirección o de pilotaje empresarial

1.3. La gestión directiva: componente técnica y componente humana

1.4. El proceso de dirección

1.5. Concepto de estrategia: la estrategia empresarial

1.6. Evolución de los sistemas de dirección: la Dirección Estratégica

1.7. El proceso de formación de la estrategia: modelo secuencial y modelo dinámico

1.9. Decisiones estratégicas en la empresa

1.10. Factores de excelencia empresarial

1.11. Resumen

PARTE II: ANÁLISIS ESTRATÉGICO

Tema 2. El pensamiento estratégico

2.1. Introducción

2.2. Visión

2.3. Misión

2.4. Objetivos

2.5. El modelo de pensamiento estratégico y sus diferentes dinámicas

2.6. La estrategia básica y su revisión

2.7. La estrategia en sus distintos niveles: corporativo, de negocio y funcional

2.8. Resumen

Tema 3. Análisis externo

3.1. Introducción

3.2. Metodología para el análisis del entorno: las fuerzas determinantes de la competencia

3.3. Competencia potencial: amenaza de nuevos competidores

3.4. Rivalidad entre los competidores actuales

3.5. Presión de los productos sustitutivos

3.6. Poder negociador de los compradores

3.7. Poder negociador de los proveedores.

3.8. La acción de los poderes públicos

3.9. Cómo actuar sobre las fuerzas competitivas para mejorar el posicionamiento estratégico

3.10. Resumen

Tema 4. Análisis interno

4.1. Introducción

4.2. Matriz CANVAS

4.3. El diagnóstico interno de la empresa.

4.4. Cadena de valor y sistema de valor

4.5. Análisis de los recursos y capacidades

4.6. Resumen

Tema 5. Diagnóstico estratégico

5.1. Introducción.

5.2. Análisis DAFO

5.3. Matriz CAME

5.4. Retos.

PARTE III: FORMULACIÓN DE LA ESTRATEGIA

Tema 6. Estrategias competitivas

6.1. Introducción

6.2. El enfoque de Porter: estrategias competitivas (liderazgo en costes y diferenciación)

6.3. Resumen

Tema 7. Estrategias de crecimiento

7.1. Introducción

7.2. El planteamiento de Ansoff: la matriz de alternativas estratégicas básicas (penetración en el mercado, desarrollo del mercado, desarrollo del producto y diversificación)

7.3. Diversificación

7.4. Integración vertical

7.5. Internacionalización y globalización

7.6. Crecimiento interno: fusiones y adquisiciones

7.7. Alianzas estratégicas

7.8. Un enfoque integrador

7.9. Nuevas estrategias y alianzas para el siglo XXI

7.10. Resumen

PARTE IV: CONTROL DE LA ESTRATEGIA

Tema 8. El cuadro de mando integral

8.1. Introducción

8.2. El concepto de indicador

8.3. La metodología de elaboración de un cuadro de mando integral

8.4. Aplicaciones

8.5. Resumen

7. Bibliografía

7.1 Bibliografía básica:

- Bueno Campos, E. Dirección Estratégica de la empresa. Metodología, técnicas y casos.

Madrid: Pirámide, 1996.

- Bueno Campos, E.; Morcillo Ortega P., y Salmador y Sánchez, M.P. Dirección estratégica. Nuevas perspectivas teóricas. Madrid: Pirámide, 2005.
- Bueno Campos, E.; Salvador Sánchez, M.P.; Merino Moreno, C. y otros. Dirección estratégica. Desarrollo de la estrategia y análisis de casos. Madrid: Pirámide, 2006.
- Dess, G.G.; Lumpkin, G.T. Dirección Estratégica. Madrid: McGraw-Hill, 2003.
- Grant, R.M. Contemporary Strategy Analysis. Concepts, Techniques, Applications. Blackwell Publishers, 1998.
- Grant, R.M. Dirección Estratégica: conceptos, técnicas y aplicaciones. Madrid: Cívitas, 2004.
- Hill, C.W.L.; Jones, G.R. Administración Estratégica. Un enfoque integrado. Santafé de Bogotá: McGraw-Hill, 1996.
- Johnson, G.; Scholes, K. Exploring Corporate Strategy. Text and Cases. Prentice Hall International, 1993.
- Johnson, G.; Scholes, K.; Whittington, R. Dirección Estratégica. Madrid: Pearson Prentice-Hall, 2005 (Séptima Edición).
- Johnson, G.; Scholes, K.; Whittington, R. Fundamentos de Estrategia. Madrid: Pearson Educación, 2010.
- Macmillan, H.; Tampoe, M. Strategic Management. OxfordUniversity Press, 2000.
- Menguzzato, M.; Renau, J.J. La Dirección Estratégica de la empresa. Un enfoque innovador del management. Barcelona: Ariel, 1991.
- Mintzberg, H.; Quinn, J.B.; Ghoshal, S. El proceso estratégico (edición europea revisada). Madrid: Prentice Hall, 1999.
- Navas López, J.E.; Guerras Martín, L.A. La Dirección Estratégica de la empresa. Teoría y aplicaciones. Madrid: Cívitas, 6ª edición, 2022.
- Navas López, J.E.; Guerras Martín, L.A. Casos de Dirección Estratégica de la Empresa. Madrid: Civitas, 2000.
- Porter, M.E. Estrategia competitiva. Técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia. México: CECSA, 1987.
- Porter, M.E. Ventaja competitiva. Creación y sostenimiento de un desempeño superior. México: CECSA, 1987.
- Vargas Sánchez, A. Dirección Estratégica. Análisis y Diagnóstico. Publicaciones de la Universidad de Huelva. Materiales para la Docencia, nº 16. Huelva, 2002 y 2004.
- Ventura Victoria, J. Análisis competitivo de la empresa: un enfoque estratégico. Madrid: Cívitas, 1994.

7.2 Bibliografía complementaria:

8. Sistemas y criterios de evaluación

8.1 Sistemas de evaluación:

- Examen escrito.
- Evaluación de trabajos prácticos (Ejercicios escritos u orales).
- Elaboración de portafolios.

8.2 Criterios de evaluación relativos a cada convocatoria:

8.2.1 Convocatoria I:

INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN:

- Examen escrito. Prueba individual teórico-práctica, en la que se evaluarán los conocimientos teórico-prácticos y metodológicos: 70%. La nota mínima en el examen escrito que se exige para aprobar la asignatura y sumar los otros componentes de la calificación es de un 3 (sobre 10).
- Trabajo de curso. Realización de trabajos teórico-prácticos individuales o/y colectivos: 20%
- Evaluación continua. Valoración del trabajo personal a través de controles escritos, trabajos y actividades académicas dirigidas, portafolios, participación en clases presenciales, asistencia a actividades formativas (foros, seminarios, jornadas...), exposiciones, ejercicios prácticos elaborados a lo largo del curso y asistencia a tutorías: 10%

El conjunto de las actividades de evaluación estará sujeto al Reglamento de Evaluación para las Titulaciones de Grado y Máster Oficial de la Universidad de Huelva aprobada por consejo de gobierno

de 13 de marzo de 2019.
http://www.uhu.es/sec.general/Normativa/Textos_Pagina_Normativa/Normativa_2019/Rgto_evaluacion_grado_mofs_ccgg_19_03_13.pdf

CRITERIOS DE EVALUACIÓN:

Para superar la asignatura cada estudiante debe demostrar una adquisición suficiente de los resultados del aprendizaje.

Examen escrito:

- Grado de capacidad de resolución de problemas y aplicación de los contenidos teóricos a la práctica
- Grado de desarrollo de la capacidad de síntesis
- Grado de conocimiento, comprensión e información
- Ausencia de errores
- Utilización adecuada de los conceptos y terminología
- Coherencia interna del ejercicio, y de éste con la totalidad de los conocimientos
- Corrección en la utilización de la ortografía, gramática y sintaxis
- Capacidad de interrelacionar teorías, modelos, conceptos
- Concreción y exactitud de las respuestas

- Nivel de estudio

Trabajos:

- Grado de capacidad de resolución de problemas y aplicación de los contenidos teóricos a la práctica
- Grado de conocimiento, comprensión e información
- Claridad de análisis y exposición de resultados
- Grado de utilización de bibliografía y fuentes auxiliares
- Corrección en la utilización de la lengua de forma oral y escrita

Evaluación continua:

- Corrección en la utilización de la lengua de forma oral y escrita
- Claridad de análisis y exposición de resultados
- Grado de capacidad en la resolución de problemas
- AAD: capacidad del alumnado para planificar, desarrollar y presentar un trabajo empírico sobre diferentes facetas de la asignatura
- Participación en las clases.

La mención “Matrícula de Honor” podrá ser otorgada a alumnos que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9,0. Su número no podrá exceder del 5% de los alumnos matriculados en una materia en el correspondiente curso académico, salvo que el número de alumnos matriculados sea inferior a 20, en cuyo caso se podrá conceder una sola “Matrícula de Honor”. En el caso de que el número de alumnos que cumplan con los requisitos para la concesión de la “Matrícula de Honor” supere el 5%, se concederán por orden a las notas más altas. En el caso de que una “Matrícula de Honor” le corresponda ser concedida a dos o más alumnos con igual nota, ésta no será otorgada a ninguno de ellos.

8.2.2 Convocatoria II:

- Examen escrito. Prueba individual teórico-práctica, en la que se evaluarán los conocimientos teórico-prácticos y metodológicos: 70%. Nota mínima para aprobar la asignatura es de un 3 (sobre 10).
- La calificación obtenida por el alumno tanto en los trabajos presentados durante el desarrollo del curso (20% de la nota final) como en la evaluación continua (10%) será mantenida para esta convocatoria.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN:

Para superar la asignatura cada estudiante debe demostrar una adquisición suficiente de los resultados del aprendizaje.

Se mantienen los mismos criterios que en la primera convocatoria.

8.2.3 Convocatoria III:

Se mantiene el mismo sistema de evaluación al de la Convocatoria II.

8.2.4 Convocatoria extraordinaria:

Se mantiene el mismo sistema de evaluación al de la Convocatoria II.

8.3 Evaluación única final:

8.3.1 Convocatoria I:

En aplicación del artículo 8, del Reglamento de Evaluación para las Titulaciones de Grado y Máster Oficial de la Universidad de Huelva en vigor, los alumnos que soliciten en tiempo y forma tener una evaluación única final, realizarán un examen escrito de los contenidos de la asignatura que supondrá el 100% de la nota. El examen constará de una parte práctica (2 ejercicios) y de una parte teórica (20 preguntas tipo test).

8.3.2 Convocatoria II:

Se mantiene igual sistema de evaluación al de la Convocatoria I.

8.3.3 Convocatoria III:

Se mantiene igual sistema de evaluación al de la Convocatoria I.

8.3.4 Convocatoria Extraordinaria:

Se mantiene igual sistema de evaluación al de la Convocatoria I.

9. Organización docente semanal orientativa:							
Fecha	Grupos Grandes	G. Reducidos				Pruebas y/o act. evaluables	Contenido desarrollado
		Aul. Est.	Lab.	P. Camp	Aul. Inf.		
19-02-2024	3	0	0	0	0		Presentación y tema 1
26-02-2024	3	0	0	0	0		Tema 2
04-03-2024	1.5	0	0	0	0		Tema 3
11-03-2024	3	0	0	0	0		Terminar tema 3
18-03-2024	0	3	0	0	0	Casos prácticos temas 2 y 3	
01-04-2024	3	0	0	0	0		Tema 4
08-04-2024	3	0	0	0	0		Terminar tema 4 y tema 5
15-04-2024	3	0	0	0	0		Terminar tema 5 y tema 6
22-04-2024	0	3	0	0	0	Casos prácticos temas 4 y 5	
29-04-2024	3	0	0	0	0		Tema 7
06-05-2024	3	0	0	0	0		Terminar tema 7
13-05-2024	3	0	0	0	0		Tema 8
20-05-2024	0	0	0	0	0		
27-05-2024	3	0	0	0	0		Terminar tema 8
03-06-2024	0	3	0	0	0	Casos prácticos temas 6, 7 y 8	
TOTAL	31.5	9	0	0	0		