

## DATOS BÁSICOS DE LA ASIGNATURA

<b>Asignatura:</b>	Dirección Estratégica
<b>Año Académico:</b>	2018-19
<b>Titulación:</b>	Grado en Gestión Cultural ( <b>modalidad semipresencial</b> )
• <b>Código:</b>	101313224
• <b>Tipo:</b>	Formación Formación Obligatoria
• <b>Curso:</b>	Cuarto
• <b>Materia:</b>	Formación Específica en Empresa
• <b>Módulo:</b>	Formación Específica en Dirección de Empresas y Economía
<b>Cuatrimestre:</b>	Segundo Cuatrimestre
<b>Horario de clase:</b> <sup>1</sup>	22/02, 8/03, 12/04 y 26/04 a las 17:00
<b>Créditos:</b>	6 créditos
<b>Idioma de instrucción:</b>	Español
<b>Apoyo Virtual:</b>	Plataforma Moodle

## DATOS BÁSICOS DEL PROFESORADO (*indicar coordinador/a*)

<b>Nombre:</b>	Elena García de Soto Camacho (Coordinadora)
<b>Área:</b>	Organización de Empresas
<b>Departamento:</b>	Departamento de Dirección de Empresas y Marketing
<b>Centro:</b>	Facultad de Humanidades
<b>Despacho:</b>	nº 36 en Facultad de Empresariales y Pabellón 11, bajo, nº 25 en Facultad de Humanidades
<b>E-Mail:</b>	elena.gardeso@dem.uhu.es
<b>Teléfono:</b>	959219184 / 959217851
<b>Página web:</b>	
<b>Tutorías:</b>	
Cuatrimestre 1:	Lunes de 9:00 a 15:00 (F. Empresariales)
Cuatrimestre 2:	Lunes de 17:00 a 18:00 (hasta el 7/04/2016) (F. Humanidades), jueves de 9:00 a 14:00 (hasta el 8/04/2019) y de 9:00 a 15:00 (desde el 8/04/2019) (F. Empresariales)
<b>Periodo de Docencia:</b>	Del 18/2/2019 al 8/04/2019

<b>Nombre:</b>	Enrique Ferradás Moreira
<b>Área:</b>	Organización de Empresas
<b>Departamento:</b>	Departamento de Dirección de Empresas y Marketing
<b>Centro:</b>	Facultad de Humanidades
<b>Despacho:</b>	nº 34 en Facultad de Empresariales y Pabellón 11, bajo, nº 25 en Facultad de Humanidades
<b>E-Mail:</b>	ferradas@uhu.es
<b>Teléfono:</b>	959219184 / 959217927
<b>Página web:</b>	
<b>Tutorías:</b>	
Cuatrimestre 1:	Martes, de 12:30 a 14:30 horas, y de 19:30 a 21:30 horas. Jueves, de 19:30 a 21:30 horas. (F. Empresariales)
Cuatrimestre 2:	Lunes, de 12:30 a 15:00 horas (F. Empresariales) y de 17:00 a 18:00 (F. Humanidades). Miércoles, de 12:30 a 15:00 horas (F. Empresariales).
<b>Periodo de Docencia:</b>	Del 8/4/2019 al 24/05/2019

## DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

### 1. DESCRIPTOR

<sup>1</sup> El horario de tutorías y el horario de clase pueden sufrir modificaciones con fecha posterior a la publicación de esta guía docente. Los cambios permanentes a dichos horarios aparecerán debidamente anunciados en la página web de la Facultad (en el caso de horarios de clase) y en los tableros de anuncios de los departamentos respectivamente (en el caso de los horarios de tutoría)

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.

## **2. REQUISITOS Y RECOMENDACIONES**

No se requieren

## **3. 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. Cadena de valor y sistema de valor
- 4.3. Análisis de los recursos y capacidades
- 4.4. Análisis DAFO
- 4.5. Resumen

### **PARTE III: FORMULACIÓN DE LA ESTRATEGIA**

#### **Tema 5. Estrategias genéricas**

- 5.1. Introducción
- 5.2. El planteamiento de Ansoff: la matriz de alternativas estratégicas básicas (penetración en el mercado, desarrollo del mercado, desarrollo del producto y diversificación)
- 5.3. El enfoque de Porter: estrategias competitivas (liderazgo en costes, diferenciación y enfoque)
- 5.4. Un enfoque integrador
- 5.5. Resumen

#### **Tema 6. Estrategias de crecimiento**

- 6.1. Introducción
- 6.2. Diversificación
- 6.3. Integración vertical
- 6.4. Internacionalización y globalización

- 6.5. Crecimiento interno y externo
- 6.6. Alianzas estratégicas
- 6.7. Nuevas estrategias y alianzas para el siglo XXI
- 6.8. Resumen

#### **PARTE IV: CONTROL DE LA ESTRATEGIA**

##### **Tema 7. El cuadro de mando integral**

- 7.1. Introducción
- 7.2. El concepto de indicador
- 7.3. La metodología de elaboración de un cuadro de mando integral
- 7.4. Aplicaciones
- 7.5. Resumen

## **4. BIBLIOGRAFÍA**

### **4.1 GENERAL**

- 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, 1998.
- Navas López, J.E.; Guerras Martín, L.A. Casos de Dirección Estratégica de la Empresa. Madrid: Cívitas, 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.

### **4.2 LECTURAS OBLIGATORIAS**

## **5. RESULTADOS DEL APRENDIZAJE**

### **5.1 COMPETENCIAS GENÉRICAS**

- CG1 - Capacidad de análisis y síntesis.
- 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.
- CG9 - Capacidad de toma de decisiones, de iniciativa y espíritu emprendedor.
- CG10 - Habilidad para trabajar de forma autónoma y en equipo.
- 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.

## **5.2 COMPETENCIAS ESPECÍFICAS**

- 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)
- 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)

## **5.3. OTROS RESULTADOS DEL APRENDIZAJE**

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.

## **6. METODOLOGÍA DOCENTE**

A una asignatura de 6 créditos le corresponden 150 horas de trabajo del alumno que se distribuyen de la siguiente manera:

- Clases Teóricas/Teórico-Prácticas (Grupo Grande): 8 h.
- Prueba final de evaluación escrita: 3 h (en caso de asignaturas con examen final)
- Trabajo Personal Autónomo: 130 h /133 h en caso de asignaturas sin examen final

### **DESARROLLO Y JUSTIFICACIÓN:**

#### **A. 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.).

#### **B. 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.

## **7. TÉCNICAS DE EVALUACIÓN**

### **A. PRIMERA CONVOCATORIA:**

#### **INSTRUMENTOS Y CRITERIOS DE CALIFICACIÓN:**

- Examen
- Trabajos
- Evaluación continua

**CRITERIOS DE CALIFICACIÓN:** (descripción de las pruebas de evaluación y porcentaje de la nota final)

**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%

**CRITERIOS DE EVALUACIÓN:**

Para superar la asignatura el alumno 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.

**B. SEGUNDA CONVOCATORIA:**

**INSTRUMENTOS Y CRITERIOS DE CALIFICACIÓN:**

- Examen
- Trabajos
- Evaluación continua

**CRITERIOS DE CALIFICACIÓN:**

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 la segunda convocatoria.

**CRITERIOS DE EVALUACIÓN:**

Se mantienen los mismos criterios que en la primera convocatoria.

## 8. PREVISIÓN DE LA ORGANIZACIÓN DOCENTE SEMANAL\*

Este cronograma es una aproximación y puede sufrir cambios.

SEGUNDO CUATRIMESTRE	Sesiones presenciales	Actividad no presencial	Tutorías Especializadas	(otras)	Pruebas de evaluación	Temas del temario a tratar
<b>OBSERVACIONES</b>						
(s1) 18-22 feb	2	1	5		4	1,2
(s2) 25feb-1mar	---	---	---	---	---	---
(s3) 4-8 mar	2	1	5		4	1,2
(s4) 11-15 mar		1	5		4	2
(s5) 18-22 mar		1	5		4	3
(s6) 25-29 mar		1	5		4	3
(s7) 1-5 abril		1	5		4	4
(s8) 8-12 abril	2	2	5		4	4
15-19 abril	SEMANA SANTA					
(s9) 22-26 abril	2	2	5		4	5
(s10) 29ab-3ma		2	6		4	5
(s11) 6-10may		2	6		4	6
(s12) 13-17may		2	6		4	6
(s13) 20-24may		1	6		4	7
(s14) 27-31may		1	6		5	7
(s15) 3-5 jun**	---	---	---	---	---	---
Pruebas de evaluación						

\*El cronograma es obligatorio para todas las asignaturas en régimen de semipresencialidad

\*\*Romería del Rocío