

## 1. DATOS BÁSICOS

<b>Asignatura</b>	Dirección Estratégica
<b>Titulación</b>	Grado en Gestión Empresarial basada en el Análisis de Datos
<b>Escuela/ Facultad</b>	Ciencias Sociales y de la Comunicación
<b>Curso</b>	Tercero
<b>ECTS</b>	6
<b>Carácter</b>	Obligatoria
<b>Idioma/s</b>	Español
<b>Modalidad</b>	Presencial
<b>Semestre</b>	Segundo semestre (6º)
<b>Curso académico</b>	2024-2025
<b>Docente coordinador</b>	Tiziana Priede Bergamini

## 2. PRESENTACIÓN

Dirección Estratégica I es una materia básica dentro del Grado en Gestión Empresas basada en Análisis de Datos, con un valor de 6 créditos ECTS. La asignatura introduce al alumno en una de las grandes disciplinas de la Empresa: la Estrategia.

A lo largo del curso, el alumno tendrá la oportunidad de tener una visión global y completa del proceso de dirección estratégica. Se presenta el proceso de análisis estratégico necesario para poder formular posteriormente las estrategias, tanto a nivel corporativo como de negocio, que la empresa necesita para ser competitiva.

A través de esta asignatura se pretende que el alumno adquiera los conocimientos básicos para que aprenda el uso y utilidad de herramientas del análisis externo e interno.

## 3. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

### Competencias básicas:

- 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 transversales:

- CT7. Liderazgo: Ser capaz de orientar, motivar y guiar a otras personas, reconociendo sus capacidades y destrezas para gestionar eficazmente su desarrollo y los intereses comunes.

**Competencias específicas:**

- CE2. Capacidad para recopilar e interpretar información para construir e implementar un Plan estratégico: Análisis estratégico externo e interno; formulación, elección e implantación de estrategias corporativas y competitivas y control estratégico.
- CE10. Capacidad para analizar, integrar y evaluar la información procedente del entorno económico, necesario para la toma de decisiones.
- CE21. Capacidad para segmentar y seleccionar el público objetivo adecuado a los intereses de cada iniciativa empresarial
- CE24. Capacidad para identificar las necesidades de información, dependiendo de los objetivos marcados.
- CE26. Espíritu crítico y objetividad para cuestionar los datos o las verdades asumidas a partir de los datos precedentes.
- CE29. Capacidad para hacer las preguntas correctas, en relación con el objetivo de conocimiento esperado, para que se traduzcan en las "queries" adecuadas que se deben formular al sistema de almacenamiento de datos.
- CE32. Orientación a negocio: demostrar en las decisiones que el coste de la obtención de la información debe ser menor que el beneficio de su aplicación.

**Resultados de aprendizaje:**

- RA1: Comprender los conceptos básicos sobre el proceso de Dirección Estratégica de la empresa.
- RA2: Conocer las herramientas que permiten analizar el entorno general y específico.
- RA3: Conocer las herramientas que permiten realizar el análisis interno de la empresa.
- RA4: Desarrollar casos y actividades cooperativas que permitan demostrar que el alumno ha adquirido los conceptos descritos en los apartados anteriores.

En la tabla inferior se muestra la relación entre las competencias que se desarrollan en la asignatura y los resultados de aprendizaje que se persiguen:

Competencias	Resultados de aprendizaje
CB1, CT17	RA1
CB3, CE12, CT6, CT12, CT17	RA2
CB3, CT6, CT12, CT17	RA3
CB4, CE2, CT5, CT17	RA4

## 4. CONTENIDOS

La materia está organizada en cinco unidades de aprendizaje, las cuales, a su vez, están divididas en temas:

### **UA 1 Introducción a la dirección estratégica y estrategia corporativa**

El objetivo de esta Unidad es conocer una introducción al concepto de Dirección Estratégica y su función.

### **UA 2 La orientación de la empresa.**

El objetivo es identificar los elementos fundamentales que constituyen el posicionamiento estratégico de la empresa: Misión, Visión, Valores compartidos.

### **UA 3 Análisis del entorno general.**

El objetivo es conocer y saber usar las herramientas que permiten analizar los factores del entorno general que pueden condicionar el proceso de gestión estratégica de la empresa.

### **UA 4 Análisis del entorno específico.**

El objetivo es conocer y saber usar las herramientas que permiten analizar los factores del entorno específico que pueden condicionar el proceso de gestión estratégica de la empresa.

### **UA 5 Análisis interno.**

El objetivo es conocer y saber usar las herramientas que permiten analizar los factores internos de la organización que pueden condicionar su proceso de dirección estratégica.

## 5. METODOLOGÍAS DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE

A continuación, se indican los tipos de metodologías de enseñanza-aprendizaje que se aplicarán:

- Clase magistral.
- Método del caso.
- Aprendizaje basado en problemas.

## 6. ACTIVIDADES FORMATIVAS

A continuación, se identifican los tipos de actividades formativas que se realizarán y la dedicación en horas del estudiante a cada una de ellas:

Tipo de actividad formativa	Número de horas
Tutorías	10
Lecciones magistrales	30
Lecciones magistrales asíncronas	11

Debates y coloquios	10
Análisis de casos	10
Resolución de problemas	10
Exposiciones orales de trabajos	10
Elaboración de informes y escritos	25
Trabajo autónomo	30
Pruebas de conocimientos	4
<b>TOTAL</b>	<b>150 h</b>

## 7. EVALUACIÓN

A continuación, se relacionan los sistemas de evaluación, así como su peso sobre la calificación total de la asignatura:

Sistema de evaluación	Peso
Prueba de conocimiento	50%
Informes Escritos y Exposiciones orales	25%
Caso/problema integrador	25%

En el Campus Virtual, cuando accedas a la asignatura, podrás consultar en detalle las actividades de evaluación que debes realizar, así como las fechas de entrega y los procedimientos de evaluación de cada una de ellas.

### 7.1. Convocatoria ordinaria

Para aprobar en convocatoria ordinaria la nota media ponderada de todas las actividades que figuran en la tabla (o, en su caso, las indicadas por el profesor) debe ser igual o superior a 5 sobre 10, y has de obtener en la prueba de conocimiento una calificación igual o superior a 5 sobre 10.

Además, para poder ser evaluado la asistencia (modalidad presencial) debe ser superior al 50%. Se seguirá la normativa de la universidad/facultad con respecto a los plagios, no admitiéndose los mismos en ningún caso. Para superar la asignatura en convocatoria ordinaria deberás obtener una calificación mayor o igual que 5 sobre 10 en la calificación final (media ponderada) de la asignatura.

### 7.2. Convocatoria extraordinaria

Para aprobar en convocatoria extraordinaria debes entregar las actividades que indique el profesor, cuya nota media ponderada debe ser igual o superior a 5 sobre 10, y obtener en la prueba de conocimiento una calificación igual o superior a 5 sobre 10.

## 8. CRONOGRAMA

En este apartado se indica el cronograma con fechas de entrega de actividades evaluables de la asignatura:

Actividades evaluables	Fecha
Actividad 1.	Semana 2
Actividad 2.	Semana 3
Actividad 3.	Semana 5
Actividad 4	Semana 7
Prueba de conocimiento	Semana 8
Actividad 5	Semana 10
Actividad 6	Semana 12
Prueba de conocimiento	Semana 16
Caso/problema integrador	Semana 18
Prueba de conocimiento	Semana

Este cronograma podrá sufrir modificaciones por razones logísticas de las actividades. Cualquier modificación será notificada al estudiante en tiempo y forma.

## 9. BIBLIOGRAFÍA

- ANSOFF, I. (1965): "Corporate strategy: Chapters in the History of American Industrial Enterprise. Cambridge, Mass: MIT Press.
- BUENO, E., MORCILLO, P. Y SALMADOR, P. (2006): Dirección estratégica. Nuevas perspectivas teóricas, Pirámide, Madrid.
- DESS, G.; MCNAMARA, G. Y EISNER, A. (2014). Strategic Management: Creating competitive advantage, 7 edición. Mc Graw-Hill, Nueva York.
- DESS, G.; MCNAMARA, G. Y EISNER, A. (2016). Strategic Mangement: Text and Cases. 8 Edición, Mc Graw-Hill, Nueva York.
- DESS, G.; SEUNG-HYUN, L.; EISNER, A. y MCNAMARA, G. (2018). Strategic Management: Creating Competitive Advantages. 9 edición. Mc Graw-Hill, Nueva York.
- GUERRAS, L. y NAVAS, J. (2015). La dirección estratégica de la empresa. Teoría y aplicaciones, Civitas Thomson Reuters, Madrid.
- HILL, C.; SCHILLING, M. Y JONES, G. (2016). Strategic management: theory: an integrated approach. Cengage Learning.

- JOHNSON, G.; WHITTINGTON, R.; SCHOLLES, K.; ANWING, D.; REGNER, P. (2017): Exploring strategy, 11th edition, Pearson education, UK.
- KOONTZ, H. y WEIHRICH, H. (2015). Essentials of Management: An International, Innovation, and Leadership Perspective: An International, Innovation and Leadership Perspective, Mc Graw-Hill Education, Nueva Delhi.
- PORTER, M. (1980). Competitive strategy. Techniques for analyzing industries and competitors. Free Press, N.Y.
- PORTER, M. (1985). Competitive advantage: creating and sustaining superior performance. Free press, NY.
- PORTER, M. (1998). Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance: with a new introduction. Free press, NY.
- PORTER, M. (2008). The five competitive forces that shape the industry. Harvard Business Review, 86 (1), 78-93.
- PORTER, M. (2009). Estrategias competitivas. Técnicas para el análisis de la empresa y sus competidores. Pirámide, Madrid.
- PRIEDE, T., LÓPEZ-CÓZAR, C. Y BENITO, S. (2010). Creación y desarrollo de empresas, Pirámide, Madrid.
- ROBBINS, P. y COULTER, M. (2017): Management, 14th edición, Pearson education, USA.
- VENTURA, J. (2008): Análisis estratégico de la empresa, Paraninfo, Madrid.

## 10. UNIDAD DE ORIENTACIÓN EDUCATIVA Y DIVERSIDAD

Desde la Unidad de Orientación Educativa y Diversidad (ODI) ofrecemos acompañamiento a nuestros estudiantes a lo largo de su vida universitaria para ayudarles a alcanzar sus logros académicos. Otros de los pilares de nuestra actuación son la inclusión del estudiante con necesidades específicas de apoyo educativo, la accesibilidad universal en los distintos campus de la universidad y la equiparación de oportunidades.

Desde esta Unidad se ofrece a los estudiantes:

1. Acompañamiento y seguimiento mediante la realización de asesorías y planes personalizados a estudiantes que necesitan mejorar su rendimiento académico.
2. En materia de atención a la diversidad, se realizan ajustes curriculares no significativos, es decir, a nivel de metodología y evaluación, en aquellos alumnos con necesidades específicas de apoyo educativo persiguiendo con ello una equidad de oportunidades para todos los estudiantes.
3. Ofrecemos a los estudiantes diferentes recursos formativos extracurriculares para desarrollar diversas competencias que les enriquecerán en su desarrollo personal y profesional.
4. Orientación vocacional mediante la dotación de herramientas y asesorías a estudiantes con dudas vocacionales o que creen que se han equivocado en la elección de la titulación.

Los estudiantes que necesiten apoyo educativo pueden escribirnos a:

[orientacioneducativa@universidadeuropea.es](mailto:orientacioneducativa@universidadeuropea.es)

## 11. ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN

¡Tu opinión importa!

La Universidad Europea te anima a participar en las encuestas de satisfacción para detectar puntos fuertes y áreas de mejora sobre el profesorado, la titulación y el proceso de enseñanza-aprendizaje.

Las encuestas estarán disponibles en el espacio de encuestas de tu campus virtual o a través de tu correo electrónico.

Tu valoración es necesaria para mejorar la calidad de la titulación.

Muchas gracias por tu participación.