

DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Titulación:	Grado en Análisis de Negocios/Business Analytics		
Rama de Conocimiento:	Ciencias Sociales y Jurídicas		
Facultad/Escuela:	Derecho, Empresa y Gobierno		
Asignatura:	Dirección Estratégica		
Tipo:	Obligatoria	Créditos ECTS:	6
Curso:	4	Código:	5338
Periodo docente:	Séptimo semestre		
Materia:	Análisis de Gestión / Management Analytics		
Módulo:	Formación Disciplinar		
Tipo de enseñanza:	Presencial		
Idioma:	Castellano		
Total de horas de dedicación del alumno:	150		

Equipo Docente	Correo Electrónico
Ignacio Carnicero Plaza Pablo Moreno Albaladejo	ignacio.carnicero@ufv.es

DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

El entorno empresarial actual es muy complejo y cambiante, por lo que elaborar e implantar una estrategia empresarial sostenible que cree y capture valor requiere conocimientos y esfuerzo. En esta asignatura se trabajará sobre los elementos internos y externos que afectan a la estrategia y sobre las herramientas útiles para la definición e implantación de la estrategia.

El objetivo es ayudar a pensar al alumno de manera estratégica, lo que supone pensar en el largo plazo (futuro) y en las variables que pueden afectar a ese futuro, como son los cambios de hábitos en los clientes, la tecnología y los cambios socio-económicos.

OBJETIVO

Con esta asignatura se pretende que el alumno pueda formular una estrategia ética y sostenible para un negocio y que la pueda implantar, midiendo y controlando que dicha implantación sea correcta y se estén consiguiendo los objetivos deseados.

Para ello, deberá interiorizar una serie de conceptos clave, como son la creación y captura de valor, el análisis y conocimiento de diferentes sectores (análisis externo), el análisis y evaluación interno de la empresa y su definición de negocio, la realización de un plan estratégico, la determinación del posicionamiento de la empresa, la construcción de ventajas competitivas sostenibles, la interacción con los competidores y el conocimiento de una serie de herramientas y marcos estratégicos que ayuden en el diseño e implantación de la estrategia, para que la empresa pueda crecer de un modo socialmente responsable en un entorno global y de cambio constante.

CONOCIMIENTOS PREVIOS

Es deseable que el alumno esté familiarizado con los conceptos relacionados con la empresa en general, y con la estrategia empresarial en particular.

CONTENIDOS

1.- INTRODUCCION AL PENSAMIENTO ESTRATEGICO

- qué es estrategia
- misión/visión/valores
- modelo de Porter
- el modelo basado en Recursos
- modelo de Porter y Modelo de Recursos se complementan
- modelo de gestión basado en valor (GBV)

2.- MODELOS ESTRATEGICOS CENTRADOS EN LA INNOVACION

2.1.- El Modelo de pensamiento estratégico Delta:

- el triángulo: abriéndose a nuevas opciones estratégicas
- el proceso adaptativo: como unimos estrategia y implantación.
- estructura de la industria
- posicionamiento competitivo
- la agenda estratégica y el proceso adaptativo

2.2. - La estrategia del Océano Azul:

- la creación de Océanos Azules
- las esquemas de las cuatro acciones
- reconstrucción de las fronteras del mercado para la creación de Océanos Azules
- el cuadro estratégico y la curva de valor (caso: hoteles Accor)
- maximizar el tamaño del océano azul: análisis de los no clientes
- Prueba de utilidad excepcional (Caso Nintendo y la Wii)

2.3.- Implantación de la estrategia del Océano Azul:



- vencer las principales barreras
- estrategia de innovación
- caso: Cirque du Soleil

3.- MATRICES DE ANÁLISIS ESTRATÉGICO

- DAFO
- Matriz del BCG
- Matriz de McKinsey

4.- CUADRO DE MANDO INTEGRAL (BSC)

- Proceso de elaboración de un sistema de gestión basado en el BSC
- Elementos de un sistema de gestión basado en BSC
- Esquema del proceso de desarrollo e implantación del BSC
- Perspectivas del BSC
- Beneficios y Riesgos del BSC
- Seguimiento y Control de la estrategia

5.- NUEVOS MODELOS DE NEGOCIO Y LA ESTRATEGIA Y EL USO DE LOS DATOS

- Nuevos modelos de negocio
- Los datos y la estrategia

6.- EMPRENDIMIENTO Y VALOR DE LA EMPRESA

7.- ESTRUCTURA ORGANIZATIVA Y CONEXIONES ENTRE LAS ÁREAS

8.- ESCENARIO ECONÓMICO GLOBAL

- variables macroeconómicas claves a analizar en el diseño de un plan estratégico

ACTIVIDADES FORMATIVAS

Se combinará una metodología expositiva por parte del docente y de los alumnos para la explicación de los aspectos teóricos y de las actividades, proyectos o trabajos realizados.

Las clases aplican el concepto teórico - práctico, en el que el aprendizaje sobre los conceptos teóricos se asienta en las actividades prácticas que realizan los alumnos, tanto de forma individual, como en grupos de trabajo en equipo.

El aprendizaje mediante las actividades formativas de los alumnos está orientado a recibir una completa formación en todos los ámbitos de la realidad empresarial, y, además, a impulsar:

- la formación para fomentar el trabajo en equipo, entendido como un grupo de personas que comparten una organización, una misión, una historia, un conjunto de objetivos y de expectativas en común.
- la formación para desarrollo individual y profesional del individuo en el marco de una organización empresarial.

En la asignatura se desarrollarán las siguientes metodologías:

FLIPPED CLASSROOM: también llamada “clase invertida”, que mejora el aprendizaje en la relación profesor-alumno, y utilizando el tiempo de clase para una mejor interacción profesional de los contenidos teóricos que los alumnos han trabajado previamente (que pueden ser lecturas, casos, artículos, vídeos, etc.), adaptándose a los diferentes ritmos de aprendizaje de cada alumno.

APRENDIZAJE COOPERATIVO: en el que los alumnos van a trabajar juntos para alcanzar objetivos comunes y maximizar su aprendizaje.

APRENDIZAJE BASADO EN PROBLEMAS: involucra a los alumnos de forma activa mediante el aprendizaje de

conocimientos y habilidades a través del planteamiento de un problema o situación compleja contextualizada y que refleje lo mejor posible la realidad.

METODO DEL CASO: los alumnos trabajarán sobre casos reales y expondrán sus conclusiones al resto de compañeros y al profesor.

SIMULADORES: que intentan reflejar la realidad empresarial, y en los que los alumnos toman decisiones y ver los resultados de las mismas.

DISTRIBUCIÓN DE LOS TIEMPOS DE TRABAJO

ACTIVIDAD PRESENCIAL	TRABAJO AUTÓNOMO/ACTIVIDAD NO PRESENCIAL
60 horas	90 horas
Clases expositivas 20h Trabajos en equipo (incluido simulador) 20h Discusión de casos 15h Trabajos individuales 2h Examen final 3h	Estudio teórico-práctico 50h Trabajo en equipo (incluido simulador) 20h Preparación de casos 20h

COMPETENCIAS

Competencias básicas

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

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

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

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

Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios

posteriores con un alto grado de autonomía

Competencias generales

Reconocimiento y respeto por temas sociales y medioambientales

Capacidad para el cumplimiento de objetivos, resolución de problemas y toma de decisiones en un entorno de datos masivos tanto cuantitativos como cualitativos

Capacidad de pensamiento crítico, autocrítico, analítico y reflexivo

Competencias específicas

Conocer y comprender los principios básicos de la analítica de negocios y sus conceptos y herramientas esenciales, orientados a identificar y evaluar oportunidades en todas las áreas funcionales de la empresa: dirección general y estrategia, recursos humanos, finanzas, marketing, producción y operaciones

Saber identificar y resolver problemas reales de la empresa, a través del análisis avanzado de datos y de la elección de técnicas adecuadas para la toma de decisiones

Conocer y comprender los fundamentos de la planificación estratégica y la dirección de proyectos y aplicarlos a la realidad

Identificar y resolver los dilemas éticos que surjan en el proceso de toma de decisiones propias del análisis de negocios, basándose en los valores cristianos

Saber interrelacionar todas las áreas funcionales de la empresa.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Conoce los diferentes pasos para del proceso de creación de una estrategia socialmente responsable, teniendo en cuenta el corto, medio y largo plazo.

Determina los elementos claves del sector y de la empresa.

Analiza los elementos clave de la creación y captura de valor.

Integra la Responsabilidad Social Corporativa en la Estrategia de la empresa.

Crea estrategias alineadas con la misión, visión y objetivos de la organización empresarial.

Comunica correctamente el plan de negocio para su correcta implantación.



Toma decisiones estratégicas de forma ética, buscando siempre el bien común de todos los stakeholders.

SISTEMA DE EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE

Se establecerán tres sistemas de evaluación:

Caso 1: sistema ordinario de evaluación. Es para los alumnos que asisten con regularidad a clase. Para optar a este sistema de evaluación el alumno deberá asistir al menos al 80% de las clases.

Caso 2. Es para los alumnos que están en alguna de las siguientes situaciones: alumnos con asistencia inferior al 80%, con dispensa académica, alumnos UFV de estancia en intercambio con otras universidades, o que están en segunda o sucesivas matriculas en la asignatura.

Es responsabilidad del alumno el seguimiento de la asignatura, así como de los aspectos que componen su evaluación. En el caso concreto de alumnos en segunda matrícula o sucesivas: estos alumnos podrán acogerse al sistema de evaluación Caso 1, siempre y cuando cumpla con todos los requisitos incluida la asistencia a clase. En caso contrario deberán seguir el sistema alternativo de evaluación Caso 2, no siendo necesario solicitar la dispensa académica, pero debe avisar mediante correo electrónico al profesor correspondiente para que éste lo tenga en cuenta.

Caso 3: convocatoria extraordinaria.

Desglose de cada caso:

Caso 1. Criterios de evaluación para alumnos que asisten al menos al 80% de las clases son:

- Examen final: 55% (con nota mínima de 5 sobre 10 para poder aprobar).
- Trabajos individuales o grupales (incluye simuladores y casos), actividades diarias y ejercicios, y exámenes parciales: 35%.
- Participación y actitud en clase: 10%.

Caso 2. Los criterios de evaluación para los alumnos que están en esta situación son:

- Examen final: 60% (con nota mínima de 5 sobre 10 para poder aprobar).
- Trabajos individuales o grupales (incluye simuladores y casos), actividades diarias y ejercicios, y posible examen a mitad del cuatrimestre: 40%. Estos alumnos deberán presentar durante el curso los mismos trabajos (individuales y por equipos) que los alumnos del caso 1 (que son los que, como se ha mencionado anteriormente, asisten al menos al 80% de las clases) y hacer el examen parcial caso de realizarse.

Caso 3. Criterios de evaluación para convocatorias extraordinarias:

- Examen final: 65% (con nota mínima de 5 sobre 10 para poder aprobar)
- Trabajos individuales o grupales, actividades diarias y ejercicios: 35%

En el caso de que el alumno que se presente a la convocatoria extraordinaria no haya hecho todos los trabajos, deberá ponerse en contacto con el profesor y este le indicará los trabajos que debe entregar y la fecha de entrega de los mismos.

Los requisitos mínimos para aprobar la asignatura son:

- obtener un 5 o más (sobre 10) en el examen final.
- entregar los trabajos (en equipo, individuales, con simulador, casos) que indique el profesor.

Los alumnos están obligados a observar las reglas elementales y básicas sobre autenticidad y originalidad en toda actividad formativa o prueba de evaluación. Cuando un alumno disponga o se valga de medios ilegítimos en la celebración de una prueba de evaluación, incurra en plagio, o se atribuya indebidamente la autoría de trabajos académicos requeridos para la evaluación será sancionado conforme a lo establecido en la Normativa de Evaluación y Convivencia de la universidad.

BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

Básica

Kim, W. Chan (1952-) La estrategia del océano azul: crear nuevos espacios de mercado donde la competencia sea irrelevante / Ed. act. y ampl. [S.l.] :Profit,2015.

KAPLAN, Robert S. El cuadro de mando integral: the balanced scorecard / 3ª ed. rev. Barcelona :Gestión 2000,2011.

BUENO CAMPOS, Eduardo. Dirección estratégica de la empresa: metodología, técnicas y casos / 5ª ed. rev. y

act. Madrid :Pirámide,cop. 1996.

NAVAS LÓPEZ, José Emilio. La dirección estratégica de la empresa: teoría y aplicaciones / 5ª ed. Madrid :Civitas,2015.

Porter, Michael E. Estrategia competitiva :técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia / Segunda edición reformada.

PORTER, Michael E. Ventaja competitiva: creación y sostenimiento de un desempeño superior / 2ª ed. México :Compañía Editorial Continental,2005 (5ª reimp. 2006.

