Universitat de Lleida

GUÍA DOCENTE

DIRECCIÓN ESTRATÉGICA

Coordinación: RAVENTOS RICO, ALBERT

Año académico 2023-24

DIRECCIÓN ESTRATÉGICA 2023-24

Información general de la asignatura

Denominación	DIRECCIÓN ESTRATÉGICA
Código	102404
Semestre de impartición	2o Q(SEMESTRE) EVALUACIÓN CONTINUADA
Carácter	

Grado/Máster	Curso	Carácter	Modalidad
Grado en Ingeniería en Organización Industrial y Logística	3	OBLIGATORIA	Presencial

Número de créditos de la asignatura (ECTS)	6
Tipo de actividad, créditos y grupos	

Tipo de actividad	PRAULA	TEORIA
Número de créditos	3	3
Número de grupos	1	1

Coordinación	RAVENTOS RICO, ALBERT
Departamento/s	ECONOMÍA Y EMPRESA
Distribución carga docente entre la clase presencial y el trabajo autónomo del estudiante	Clase presencial: 60 horas Trabajo autónomo: 90 horas
Información importante sobre tratamiento de datos	Consulte este enlace para obtener más información.
Idioma/es de impartición	Catalán / Castellano
Distribución de créditos	Teoría: 3 ECTS Prácticas en el aula: 3 ECTS

DIRECCIÓN ESTRATÉGICA 2023-24

Profesor/a (es/as)	Dirección electrónica\nprofesor/a (es/as)	Créditos impartidos por el profesorado	Horario de tutoría/lugar
RAVENTOS RICO, ALBERT	albert.raventos@udl.cat	6	

Información complementaria de la asignatura

Asignatura que se cursa en el 2º cuatrimestre de 3º curso del grado de Organización Industrial y Logística. Corresponde a la Materia “Dirección Empresarial” dentro del Módulo de “Formación de Tecnología Específica: Organización Industrial y Logística”.

Asignatura que requiere un trabajo continuado durante todo el semestre a fin de alcanzar los objetivos de la misma. Se requiere pensamiento crítico y capacidad de abstracción.

Se recomienda visitar de manera frecuente el espacio del Campus Virtual asociado a la asignatura ya que se anuncia toda la información correspondiente.

Objetivos académicos de la asignatura

El objetivo de la asignatura es introducir a los alumnos en el campo de estudio de la Dirección Estratégica, ofreciendo una visión general de la empresa desde la perspectiva de la alta dirección. El objetivo principal de la Dirección Estratégica es ayudar a las organizaciones y a sus líderes y directivos a desarrollar y aplicar estrategias que permitan a la organización posicionarse en el mercado y obtener beneficios económicos, sociales y medioambientales.

Resultados de aprendizaje:

- Adquirir conocimientos sobre los principales modelos de análisis estratégico, sus aplicaciones y limitaciones.
- Conocer las principales interrelaciones entre las diferentes disciplinas de gestión desde una perspectiva global.
- Adquirir una visión crítica y reflexiva sobre los conceptos de gestión y dirección empresarial.
- Conocer estrategias de expansión y diversificación empresarial.

Competencias

B02: 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.

B04: Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.

CG2: Dirigir las actividades objeto de los proyectos de ingeniería descits en el epígrafe anterior.

CG9: Organizar y planificar en el ámbito de la empresa, y otras instituciones y organizaciones.

CE20: Tener conocimiento aplicado de los fundamentos de la planificación estratégica.

CT04: Aplicar conocimientos básicos de emprendimiento y de los entornos profesionales.

Contenidos fundamentales de la asignatura

Tema1: Introducción a la dirección estratégica

- Concepto de estrategia
- Estrategia corporativa
- Estrategia competitiva
- Estrategia funcional
- La dirección estratégica en las empresas: análisis estratégico, formulación de estrategias e implantación y seguimiento de estrategias

Tema 2: Análisis estratégico. El modelo de negocio

- Definición estratégica del modelo de negocio: Lean canvas
- Misión y visión

Tema 3: Análisis estratégico. La creación de valor

- Los stakeholders. Cómo influyen en el modelo de negocio
- La creación de valor
- Value proposition canvas

Tema 4: Análisis estratégico. Análisis externo

- Análisis del entorno general:
    - Diagnóstico del nivel de incertidumbre existente
    - Análisis PESTEL: matriz de impacto PESTEL y matriz del perfil estratégico del entorno
    - Tipología del entorno
- Análisis del entorno específico:
    - Análisis externo de la industria
    - Análisis de las 5 fuerzas de Porter
    - Mapa del entorno

Tema 5: Análisis estratégico. Análisis interno

- Herramientas de análisis interno:
    - Análisis AMOFHIT
    - Cadena de valor de Porter
    - Método VRIO
    - Matriz MEFI
- El análisis DAFO

Tema 6: La estrategia competitiva

- Del DAFO al CAME
- Ciclo de vida y estrategias competitivas
- Tipos de ventaja competitiva: estrategias de Porter y reloj estratégico de Bowman
- Dirección empresarial del siglo XXI: inteligencia artificial, industria 4.0, internet de las cosas, economía colaborativa

Tema 7: Definición de objetivos y valores

- Los diferentes objetivos de una empresa
- La planificación estratégica: método OGSM, matriz X de Hoshin Kanri, Balanced Scorecard
- Satisfacción de las necesidades de los stakeholders
- Los valores empresariales. Códigos de conducta
- La responsabilidad social corporativa

Tema 8: Direcciones y métodos de desarrollo

- Direcciones de desarrollo:

    - Estrategias de consolidación
    - Estrategias de expansión
    - Estrategias de diversificación
    - Estrategias de integración vertical
    - Estrategias de reestructuración
- Métodos de desarrollo:
    - Métodos internos
    - Métodos externos
    - Cooperación y alianzas
- Estrategia del oceano azul
- Estrategia internacional
- Estrategia en pymes

Ejes metodológicos de la asignatura

Esta asignatura combina lecciones teóricas con aplicación práctica a través de análisis de artículos y estudio de casos. A partir de los conceptos principales se planteará una actividad práctica dirigida que permita interiorizar y consolidar los conocimientos. Se aplicará la metodología de clase invertida.

La distribución horaria de dedicaciones será:

Tipo de actividad	Actividad presencial alumno		Actividad no presencial alumno		Tiempo total
	Objetivos	Horas	Trabajo alumno	Horas	Horas/ECTS
Lección magistral	Explicación de conceptos	30	Estudio: conocer, comprender y sintetizar conocimientos	45	75
Resolución de casos prácticos	Estudio de casos, análisis de artículos, dinámicas de grupo, etc.	30	Resolver casos	45	75
Totales		60		90	150

Plan de desarrollo de la asignatura

Tema 1_Introducción a la dirección estratégica: Semana 1

Introducción a la asignatura. Concepto de estrategia. Tipos de estrategias. La dirección estratégica en las empresas: fases.

Tema 2_Análisis estratégico. El modelo de negocio: Semana 2

El modelo de negocio. Misión y visión. Value Proposition Canvas. Mínimo Producto Viable.

Tema 3_Análisis estratégico. La creación de valor: Semana 3

Cómo influyen los stakeholders en el modelo de negocio.

Tema 4_Anàlisis estratégico. Análisis externo: Semana 4

Análisis del entorno general. PESTEL y Mapa del entorno.

Tema 5_Análisis estratégico. Análisis interno: Semana 5

Herramientas de análisis interno

Tema 6_La estrategia competitiva: Semana 6

El análisis DAFO-CAME.

Tutorias: Semana 7

Tema 7_Definición de objetivos y valores: Semana 8-10-11

Los objetivos de la empresa. Planificación estratégica. Bhags. Matriz X de Hoshin-Kanri. Balanced Scorecard

Tema 8. Direcciones y métodos de desarrollo: Semana 12-13-14

Direcciones y métodos de desarrollo. Actividad final

Tutories: Semana 15

Examen: Semana 16

Sistema de evaluación

Prueba final evaluativa: 30%

Entrega 1 Trabajo de curso: 20%

Entrega final Trabajo de curso: 40%

Participación: 10%

Bibliografía y recursos de información

Johnson, Gerry y Scholes, Kevan (2000). **Dirección estratégica**. Pearson-Prentice Hall.

Iborra, Maria et al. (2007). **Fundamentos de Dirección de empresas: conceptos y habilidades directivas**. Ed. Thomson.