



GUÍA DOCENTE
DIRECCION ESTRATEGICA
Y POLITICA DE LA EMPRESA II

GRADO EN ADMINISTRACION
Y DIRECCION DE EMPRESAS

I. Identificación de la Asignatura	
Tipo	OBLIGATORIA
Período de Impartición	3 Curso, 2Q Semestre
Número de Créditos	6
Idioma en el que se imparte	Castellano

II. Presentación de la Asignatura
<p>La Dirección Estratégica de la Empresa se ha convertido desde hace tiempo en el paradigma dominante respecto a cómo entender el desarrollo de la actividad empresarial, en un entorno tan difícil como el actual. El modelo de Dirección Estratégica pretende insertar la vida de la empresa en su medio externo, de tal forma que sea capaz de responder con eficacia tanto a las oportunidades y situaciones favorables que el mismo plantea como a aquellos otros retos y amenazas que también pudieran aparecer.</p> <p>Todo ello, sin perder la visión de los recursos, las capacidades y las fortalezas internas con las que la propia empresa cuenta, así como las debilidades que todavía mantenga. El modelo comporta una visión global y a largo plazo de la empresa.</p> <p>El objetivo de esta asignatura es el de examinar el proceso de dirección estratégica haciendo énfasis en la formulación e implantación de estrategias.</p> <p>Dentro de la formulación de estrategias se estudiarán con detenimiento las estrategias corporativas (direcciones y métodos de desarrollo de las empresas).</p> <p>Dentro de la implantación estratégica, se estudiarán los factores que afectan a la implantación con especial mención al papel de la dirección, la cultura y la estructura organizativa.</p> <p>Es decir, esta asignatura completa el estudio del proceso de Dirección Estratégica iniciado en la asignatura Dirección Estratégica I en la que además de ver algunos aspectos generales, se examinarán cuestiones relativas al análisis estratégico y a la formulación de estrategias (básicamente estrategias competitivas).</p> <p>Así mismo, sería conveniente cursar esta asignatura habiendo superado antes la asignatura “Introducción a la Empresa” es decir, tener algunas nociones generales básicas sobre la empresa así como Dirección Estratégica y Política de Empresa I.</p>

III. Presentación de la Asignatura
Competencias Generales
<p>CI01. Capacidad de análisis y síntesis: analizar, sintetizar, valorar y tomar decisiones a partir de los registros relevantes de información sobre la situación y previsible evolución de una empresa.</p> <p>CI03. Comunicación en lenguaje nativo: comprender y ser capaz de comunicarse, con corrección y en diferentes escenarios. Ser capaz de elaborar informes de asesoramiento y proyectos de Gestión empresarial (global o por áreas funcionales).</p> <p>CI06. Capacidad de Gestión de la información: analizar, buscar y discriminar información proveniente de fuentes diversas: ser capaz de identificar las fuentes de información económica relevante, obtener y seleccionar dicha información.</p> <p>CI07. Capacidad para la resolución de problemas.</p> <p>CP01. Capacidad para trabajar en equipo CS01. Aprendizaje autónomo.</p> <p>CS06. Motivación por la calidad. CPR1. Aplicar los conocimientos en la práctica</p>
Competencias Específicas

CE01. Organización de Empresas CP06. Visión estratégica de la dirección de empresas CPI3. Capacidad para resolver problemas de valoración financiera tanto de decisiones de financiación como de inversión empresarial

IV. Contenido		
a. Temario de la Asignatura		
Bloque Temático	Tema	Contenidos
I.- Estrategias corporativas	Tema 1. Las direcciones de desarrollo	1.1. El campo de actividad de la empresa y el desarrollo de la empresa 1.2. La expansión de actividades 1.3. La diversificación de actividades 1.4. La integración vertical 1.5. La reestructuración de actividades
	Tema 2. La dirección de empresas diversificadas	2.1. Estrategia corporativa y creación de valor 2.2. Las unidades estratégicas de negocio (UEN) 2.3. Modelos básicos de dirección en las empresas diversificadas 2.4. Las matrices de cartera
	Tema 3. Métodos de desarrollo: fusiones y adquisiciones	3.1. Desarrollo interno frente a desarrollo externo 3.2. Tipos de fusiones y adquisiciones 3.3. Formas de desconcentración de empresas 3.4. La gestión de las fusiones y adquisiciones
	Tema 4. Métodos de desarrollo: cooperación o alianzas entre empresas	4.1. La cooperación o alianzas entre empresas 4.2. Ventajas e inconvenientes de la cooperación 4.3. Tipos de acuerdos 4.4. La gestión de los acuerdos de cooperación
	Tema 5. La estrategia de internacionalización	5.1. La empresa multinacional 5.2. La competencia global: factores y estrategias 5.3. Estrategias de entrada en mercados exteriores 5.4. La dirección de la empresa multinacional
II.- La implantación de las estrategias	Tema 6. Evaluación e implantación de estrategias	6.1. El proceso de evaluación y selección de estrategias 6.2. La implantación de la estrategia 6.3. El cambio organizativo
	Tema 7. El soporte organizativo para la implantación de las estrategias	7.1. La estructura organizativa 7.2. El liderazgo estratégico 7.3. Estrategia y recursos humanos 7.4. La cultura organizativa
	Tema 8. La planificación y el control estratégico	8.1. La planificación estratégica 8.2. Las actividades de la planificación estratégica

		8.3.El control estratégico 8.4. El control interno de las unidades organizativas
b. Actividades Formativas		
	Tipo	Descripción
	Otras	Seminario de estrategia sobre experiencias de éxito de la empresa española

V. Tiempo de Trabajo	
Clases Teóricas	30
Clases prácticas de resolución de problemas, casos, etc	30
Prácticas en laboratorios tecnológicos, clínicos, etc	0
Realización de pruebas	0
Tutorías académicas	10
Actividades relacionadas: jornadas, seminarios, etc	8
Preparación de clases teóricas	25
Preparación de clases prácticas/problemas/casos	25
Preparación de pruebas	52
Total de horas de trabajo del estudiante	180

VI. Metodología y Plan de Trabajo		
Tipo	Periodo	Contenido
Clases Teóricas	Semana 1 a Semana 15	Desarrollo temas 1-8 del programa
Prácticas	Semana 1 a Semana 15	Prácticas a realizar según indicaciones del profesor

VII. Métodos de Evaluación
a. Ponderación para la Evaluación
(20%: Asistencia y participación: el alumno para obtener este 20% deberá asistir al 80% de las clases de la asignatura)
<u>Evaluación Ordinaria:</u> Si el profesorado considera que la asistencia es obligatoria deberá especificarse con precisión. (Nota: para no admitir a una prueba a un estudiante por no cumplir con el mínimo de asistencia, se deberá poder justificar por el profesor utilizando un sistema probatorio, como por ejemplo, una hoja de firmas) La distribución y características de las pruebas de evaluación son las que se describen a continuación. Atendiendo a las características específicas de cada grupo el profesor podrá, en las primeras semanas de curso, introducir cambios que

considere oportunos comunicándolo al Vicerrectorado de Calidad.

Evaluación extraordinaria: Los alumnos que no consigan superar la evaluación ordinaria, o no se hayan presentado, serán objeto de la realización de una evaluación extraordinaria para verificar la adquisición de las competencias establecidas en la guía.

El alumno que de forma injustificada no cumpla con los requerimientos mínimos de asistencia obtendrá un 20% menos en su nota en la calificación final (este criterio se aplicará tanto en Convocatoria Ordinaria como Extraordinaria)

b. Revisión de las Pruebas de Evaluación

Conforme a la normativa de reclamación de exámenes del IEB.

c. Conducta Académica

Véase Normas de Conducta del IEB.

VIII. Recursos y Materiales Didácticos

a. Bibliografía

- FUNDAMENTOS DE DIRECCIÓN ESTRATÉGICA DE LA EMPRESA. Autores Navas López y Guerras Martín. Editorial Civitas
- ESTRATEGIA COMPETITIVA. Autor Porter. Editorial Pirámide
- SI ARISTÓTELES DIRIGIERA GENERAL MOTORS Autor Morris. Editorial Planeta.

IX. Profesorado

a. Profesor I

Nombre y Apellidos	D. José María Revello de Toro
Correo Electrónico	josemaria.revellodetoro@claustron-ieb.es
Formación académica	Ingeniero Industrial por la ETSII de Sevilla (1977-1983) Máster en Economía y Dirección de Empresas (MBA) por el IESE-Universidad de Navarra (1985 – 1987)
Actividad profesional extraacadémica	2008 – 2015 Director de Promoción de Negocio del Área de Gestión de Productos (GdP) de Banca de Empresas y Corporaciones de BBVA. 2006 Director de Banca de Instituciones en BBVA Factoring. 2004 Responsable del equipo de trabajo de Esquemas de Gestión e Investigación Comercial de Banca Mayorista y de Inversiones de BBVA.
Publicaciones	Autor de 'La Valoración de los Negocios' Editorial Ariel, año 2004 (publicado después en Delta Publicaciones) Coordinador y co-autor del 'Manual de Corporate Finance y Banca de Inversión' Editorial Delta Publicaciones, año 2013



Horario de Tutorías	Se anunciarán en clase
----------------------------	------------------------