



GUÍA DOCENTE

GRADO EN ADE

**DIRECCIÓN ESTRATÉGICA Y POLÍTICA DE LA
EMPRESA II**

I. Identificación de la asignatura

Tipo	Obligatoria
Período de Impartición	3 curso, 2º Q
Número de Créditos	6
Idioma en el que se imparte	Castellano

II. Presentación

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. 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. El objetivo de esta asignatura es el de examinar el proceso de dirección estratégica haciendo énfasis en la formulación e implantación de estrategias. Dentro de la formulación de estrategias se estudiarán con detenimiento las estrategias corporativas (direcciones y métodos de desarrollo de las empresas). 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. 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 examinaron cuestiones relativas al análisis estratégico y a la formulación de estrategias (básicamente estrategias competitivas). 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 la asignatura: "Dirección Estratégica y Política de Empresa I".

III. Resultado de Aprendizaje

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.

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).

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.

CI07. Capacidad para la resolución de problemas.

CP01. Capacidad para trabajar en equipo

CS01. Aprendizaje autónomo.

CS06. Motivación por la calidad.

CPR1. Aplicar los conocimientos en la práctica.

CE01. Organización de Empresas

CP06. Visión estratégica de la dirección de empresas

CP13. Capacidad para resolver problemas de valoración financiera tanto de decisiones de financiación como de inversión empresarial

IV. Contenido

IV. A. Temario de la asignatura

Bloque temático	Tema	Apartados
1.- 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	<p>3.1. Desarrollo interno frente a desarrollo externo</p> <p>3.2. Tipos de fusiones y adquisiciones</p> <p>3.3. Formas de desconcentración de empresas</p> <p>3.4. La gestión de las fusiones y adquisiciones</p>
	Tema 4. Métodos de desarrollo: cooperación o alianzas entre empresas	<p>4.1. La cooperación o alianzas entre empresas</p> <p>4.2. Ventajas e inconvenientes de la cooperación</p> <p>4.3. Tipos de acuerdos 4.4. La gestión de las alianzas</p>
	Tema 5. La estrategia de internacionalización	<p>5.1. La empresa multinacional</p> <p>5.2. La competencia global: factores y estrategias</p> <p>5.3. Estrategias de entrada en mercados exteriores</p> <p>5.4. La dirección de la empresa multinacional</p>
II.- La implantación de las estrategias	Tema 6. Selección e implantación de estrategias	<p>6.1. Generación de alternativas estratégicas</p> <p>6.2. Evaluación y selección de estrategias</p> <p>6.3. La implantación de la estrategia</p> <p>6.4. El cambio organizativo</p>
	Tema 7. El soporte organizativo para la implantación estratégica	<p>7.1. La estructura organizativa</p> <p>7.2. El liderazgo estratégico</p> <p>7.3. Estrategia y recursos humanos</p> <p>7.4. La cultura organizativa</p>
	Tema 8. La planificación y el control estratégico	<p>8.1. La planificación estratégica</p> <p>8.2. Las actividades de la planificación estratégica</p> <p>8.3. El control estratégico</p> <p>8.4. El control interno de las unidades organizativas</p>

IV. B. Actividades formativas

Tipo	Descripción
Lecturas	Lecturas de contenidos a través plataforma campus virtual
Otras actividades	Preparación contenidos de asignatura
Prácticas	Trabajos individuales o en grupo
Otras actividades	Tutorías académicas
Realización de pruebas	Pruebas de evaluación
Otras actividades	Clases magistrales presenciales

V. Tiempo de Trabajo del estudiante

Clases Teóricas	70%
Clases Prácticas	20%
Otras Actividades	10%

VI. Metodología y plan de trabajo

Tipo	Periodo	Contenido
Prácticas	Semana 3 a Semana 14	Planteamiento de prácticas. Se irán realizando en clase según el calendario especificado por cada profesor en el campus virtual.
Clases Teóricas	Semana 1 a Semana 14	Clases magistrales en el horario establecido de clase
Pruebas	Semana 4 a Semana 16	Bajo criterio del profesor podrán realizarse pruebas de evaluación continua durante el curso
Tutorías académicas	Semana 1 a Semana 14	Tutorías previa petición de hora al profesor por el correo del campus virtual dentro del horario establecido por el profesor

VII. Método de evaluación

El modelo de evaluación general es la evaluación continua, tal como establece el Reglamento de evaluación de los resultados de aprendizaje de la Universidad Rey Juan Carlos. Deberán utilizarse todos los sistemas de evaluación establecidos para la asignatura en la memoria de la titulación, excepto aquellos que tuviesen una ponderación mínima del 0%, que podrán utilizarse en los cursos académicos en los que el profesorado lo considere oportuno. Cada uno de los sistemas de evaluación podrá ser aplicado mediante una o más actividades de evaluación, coherentes con ese sistema. Ninguna de las actividades de evaluación podrá superar individualmente el 60% de la calificación global de la asignatura. La suma de las actividades de evaluación no reevaluables no podrá superar el 40% de la calificación global de la asignatura y, en general, no deberían tener nota mínima (salvo en el caso de actividades de carácter práctico en las que, estrictamente, no pudieran reproducirse en la convocatoria extraordinaria las condiciones de evaluación de la convocatoria ordinaria). Los estudiantes que no consigan superar la asignatura en la convocatoria ordinaria, o no se hayan presentado, podrán presentarse a la convocatoria extraordinaria únicamente a las actividades de evaluación reevaluables no superadas. La distribución y características de las actividades de evaluación son las que se describen a continuación.

a. Ponderación para la Evaluación

Pruebas de Evaluación Continua entre el 70% y el 80%
Prácticas entre el 30% y el 20%

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.

a. Bibliografía

Bibliografía básica

Guerras Martín, L.A.; Navas López, J.E. (2022): La Dirección Estratégica de la Empresa. Teoría y Aplicaciones. AranzadiCívitas. Cizur Menor, 6ª edición.

Guerras Martín, L.A.; Navas López, J.E.(2020): Casos de Dirección Estratégica. Aranzadi-Cívitas, Cizur Menor, 6º, ISBN: (978- 84-1308-975-1)

Bibliografía complementaria

Porter, M.E. (2009):Estrategia Competitiva. Técnicas para el Análisis de los Sectores Industriales y de la Competencia. Pirámide, Madrid.

Ventura Victoria, J. (2008): Análisis Estratégico de la Empresa. Paraninfo, Madrid.

Grant, R.M. (2019): Contemporary strategy analysis, Wiley, Hoboken, 10ª edición.

David, F.R.; David, F.R. (2017): Strategic management. A competitive advantage approach, concepts and cases, Pearson, Boston, 16ª edición (Edición global).

Dess, G.G. y Lumpkin, G.T. (2011): Dirección Estratégica, McGraw-Hill. México, 5ª edición.

Hill, C.W.L.; Schilling, M.A.; Jones G.R. (2020): Strategic management: An integrated approach. Theory and cases, Cengage Learning, Boston, 13ª edición.

Whittington, R.; Regné, P.; Angwin; D.: Johnson, G; Scholes, K. (2020): Exploring strategy. Text and cases, Pearson, Harlow, 12ª edición.

Porter, M.E. (2010): Ventaja Competitiva. Creación y Sostenibilidad de un rendimiento Superior. Pirámide, Madrid.

Barney, J.B. (2015): Gaining and sustaining competitive advantage, Pearson, Upper Saddle River, International edition, 4ª edición.

Dess, G.G.; McNamara, G.; Eisner, A.B.; Lee, S. (2019): Strategic management. Text and cases, McGraw-Hill, Nueva York, 9ª edición.

Hitt, M.A.; Ireland, R.D.; Hoskisson, R.E. (2017): Strategic management competitiveness and globalization. Concepts and cases, Cengage Learning, Boston, 12ª edición.

Navas López, J.E.; Guerras Martín, L.A. (2023). Fundamentos de Dirección de Empresa. Aranzadi- Cívitas, Cizur Menor, 3ª edición

IX. Profesorado

Profesor

Nombre y Apellidos	José María Revello
Correo Electrónico	josemaria.revellotoro@claustro-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