



PROGRAMA
Máster propio en Administración de Empresas
Oleícolas

ASIGNATURA
Dirección Estratégica

GUÍA DIDÁCTICA DEL ALUMNO

1.- DEFINICIÓN DE LA ASIGNATURADenominación: DIRECCIÓN ESTRATÉGICA Código: MATERIA 6Área de Conocimiento: CIENCIAS SOCIALES Y JURÍDICAS

Descriptores: _____

Titulación: MÁSTER PROPIO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS OLEÍCOLASFechas JUNIO DE 2017

Profesor responsable

del módulo/asignatura ELIA GARCÍA MARTÍ

Actividades Docentes	Nº de Horas	Nº Créditos ¹	%	Créditos Totales:
Clases teórico-prácticas	15	0,6	10	6
Actividad por plataforma virtual	65	2,6	43,3	
Seminarios / Máster class	5	0,2	3,3	
Tutorías				
Horas de estudio	65	2,6	43,3	
Actividades dirigidas				
Actividades de evaluación				
TOTAL	150	6	100	

2.- PROFESORES DE LA ASIGNATURA

- Dra. Elia García Martí. Profesora titular del Área de Organización de Empresas. Universidad de Jaén.
- Dra. Guadalupe Fuentes Lombardo. Profesora titular del Área de Organización de Empresas. Universidad de Jaén.
- Dra. Cristina Pedrosa Ortega. Profesora del Área de Organización de Empresas. Universidad de Jaén.
- Antonio Serrano Barrie. Economista de Aceites García de la Cruz, S.L.
- D. Luis Folque de Mendoza. Director de compras de aceite de oliva y consejero del Grupo Sovena (Máster class).
- D. Luis Torres-Morente Concha. Gerente de Aceites Maeva.
- Dr. Juan Vilar Hernández. Consultor estratégico.

¹ Valorar entre 25-30 horas/crédito

3.- PROGRAMA DE LA ASIGNATURA

DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

1. PRESENTACIÓN

Los problemas que se abordan dentro de la Dirección Estratégica son los que afrontan habitualmente los responsables de las empresas ¿por qué las empresas tienen distintos niveles de éxito y resultados? Es decir, las causas que explican el beneficio económico, la creación de valor, las ventajas competitivas y su crecimiento y desarrollo.

El papel del empresario y de los directivos es crucial en el proceso de desarrollo de una ventaja competitiva y son la fuente última de ésta, por sus capacidades de decidir cómo y dónde competir, cómo facilitar el desarrollo de recursos y capacidades y cómo promover procesos de aprendizaje que conduzcan al establecimiento de una ventaja competitiva sostenible.

Los empresarios y directivos se enfrentan en su quehacer diario a la incertidumbre que se deriva de los cambios en las variables del entorno económico, social y tecnológico; en el comportamiento de los competidores; así como de los grupos que configuran la empresa y con los que interactúa. Así mismo deben aprovechar las ventajas y retos que se derivan de la globalización de los mercados y de los cambios tecnológicos radicales, pero también de las múltiples formas de interrelación que existen entre la empresa y los agentes del entorno e integrar los distintos grupos humanos que la configuran (propietarios, directivos y trabajadores) y los afectados por su actividad (competidores, clientes, proveedores y la sociedad).

2. REQUISITOS DE ACCESO

No existen requisitos específicos distintos a los que aparecen en la Memoria del título.

3. COMPETENCIAS

3.1. GENÉRICAS O TRANSVERSALES

- Capacidad para entender la realidad empresarial.
- Capacidad de elaborar e interpretar información.
- Mejorar la capacidad para tomar decisiones
- Capacidad de adaptación a nuevas situaciones

3.2. ESPECÍFICAS

- Reconocer las variables claves en el proceso de internacionalización de la empresa.
- Capacidad para aplicar los conocimientos y herramientas adquiridos a la Dirección Estratégica.
- Capacidad para aplicar los conocimientos a la toma de decisiones y la resolución de problemas relativos a las relaciones de trabajo, al diseño de estrategias y al gobierno de la empresa.

3.3. OBJETIVOS

- Explicar el éxito o fracaso de las empresas y facilitar a empresarios y directivos una ayuda que les permita racionalizar sus conocimientos, experiencia y capacidades.
- Obtener información para dar respuesta al conocimiento del entorno y de la situación interna de la empresa, definiendo la orientación general de la empresa, en términos de visión, misión y objetivos, que va a caracterizar todo el proceso de decisión.
- Buscar opciones válidas para conseguir los objetivos. La empresa debe plantearse cómo competir mejor, cómo desarrollar sus actividades en el futuro, cómo mejorar sus capacidades internas o cómo responder a las actuaciones de otros competidores o agentes económicos y sociales.
- Pasar del análisis y la decisión a la acción y puesta en práctica de la estrategia, teniendo en cuenta los aspectos organizativos, culturales y el factor humano.

4.- METODOLOGÍA

4.1. NÚMERO DE HORAS DE TRABAJO DEL ALUMNO:

Nº de Horas:

- Clases Teóricas*: 7,5
- Clases Prácticas*: 7,5
- Exposiciones, Seminarios y Máster Class*: 5
- Tutorías Especializadas (presenciales o virtuales):
 - A) Colectivas*:
 - B) Individuales:
- Realización de Actividades Académicas Dirigidas:
 - A) Con presencia del profesor*:
 - B) Sin presencia del profesor:
- Otro Trabajo Personal Autónomo: 65
 - A) Horas de estudio: 65
 - B) Preparación de Trabajo Personal:
 - C) ...
- Realización de Exámenes:
 - A) Examen escrito:
 - B) Exámenes orales (control del Trabajo Personal):

4.2. TÉCNICAS DOCENTES

Sesiones académicas teóricas X	Exposición y debate X	Tutorías especializadas
Sesiones académicas prácticas X	Visitas y excursiones	Controles de lecturas obligatoria

DESARROLLO Y JUSTIFICACIÓN:

Las 15 horas de sesiones presenciales se dedicarán al comentario del material teórico, la resolución de casos prácticos, debates e intercambios de opiniones a partir de ejemplos reales y a la exposición del trabajo final. En docencia virtual se dejarán igualmente otras actividades (casos, lecturas, reflexiones, tests...) que se desarrollarán dentro de la actividad no presencial del módulo.

5.- BLOQUES TEMÁTICOS

DIRECCIÓN ESTRATÉGICA

- La naturaleza de la dirección estratégica
- Creación de valor, grupos de interés y gobierno de la empresa
- Análisis del entorno general y competitivo
- Análisis interno de la empresa
- Estrategia de negocios y la búsqueda de ventaja competitiva
- Estrategia corporativa

6.- HORARIO DE CLASE. TEORÍA Y PRÁCTICA

Horas	VIERNES	SÁBADO	VIERNES	SÁBADO
	2-junio-17	3-junio-17	16-junio-16	17-junio-16
9:00 - 14:00		X		X Máster class
16:00 - 21:00	X		X	

PLAN DE ORDENACIÓN DOCENTE DE LA ASIGNATURA (POD) – Créditos ECTS

Créditos	Profesor/a	Día de docencia presencial	Bloque temático
2	Elia García Martí	2 junio 2017	- La naturaleza de la dirección estratégica - Estrategia de negocios y la búsqueda de ventaja competitiva - Estrategia corporativa
1,5	Cristina Pedrosa Ortega	3 junio 2017	- Creación de valor, grupos de interés y gobierno de la empresa - Análisis interno de la empresa
1,5	Guadalupe Fuentes Lombardo	16 junio 2016	- Análisis del entorno general y competitivo - Estrategia corporativa
0,5	Antonio Serrano Barrie	17 junio 2016	- Estrategia de negocios en los mercados internacionales
0,5	Luis Folque de Mendoza Luis Torres-Morente Concha Juan Vilar Hernández	17 junio 2016	Máster class

7.- BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS DOCENTES**BIBLIOGRAFÍA GENERAL Y ESPECÍFICA:**

- Fernández Sánchez, E. (2010): Administración de empresas: un enfoque interdisciplinar. Edición: 1ª- Editorial: Madrid: Paraninfo, D.L.
- García, G. (2012): Estrategias de internacionalización de la empresa. Cómo realizar negocios internacionales. Editorial: Pirámide
- Guerras Martín, L. A. y Navas López, J. E. (2015): La dirección estratégica de la empresa: teoría y aplicaciones. Edición: 5ª ed., Editorial: Thomson-Cívitas .
- Navas López, J. E. y Guerras Martín, L.A. (2012): Fundamentos de dirección estratégica de la empresa. Edición: 1ª-. Editorial: Civitas.

8.- SISTEMA DE EVALUACIÓN.

Se seguirá un método de evaluación continua, que incluirá la asistencia, participación en clase y un examen final del módulo. Asimismo se hará un seguimiento de las actividades realizadas en la plataforma virtual, entre las que puede incluirse algún tipo de prueba sobre cuestiones teórico-prácticas, lo que formaría parte del control del trabajo personal.