



UNIVERSITAT DE VALÈNCIA

DEPARTAMENTO DE DIRECCIÓN DE EMPRESAS

Juan José Renau Piqueras

Universitat de València

PROGRAMA PARA LA HOMOLOGACIÓN DE TÍTULOS MATERIA: DIRECCIÓN ESTRATÉGICA

ADSCRIPCIÓN DE LA MATERIA

Departamento de Dirección de Empresas "Juan José Renau Piqueras".

El Departamento está situado en el primer piso de la Facultat d'Economia (Universitat de València) - Campus dels Tarongers-.

OBJETIVO

La asignatura de "Dirección Estratégica" se centra en el estudio de los planteamientos actuales de la Dirección de las Empresas, aplicando un enfoque global e integrador al análisis y a las decisiones empresariales de carácter estratégico. A través de este sistema de dirección, las personas encargadas de dirigir las empresas tratan de orientar el rumbo y el desarrollo de las mismas, buscando el equilibrio entre el desarrollo y la supervivencia a largo plazo, y la rentabilidad y la consecución de objetivos a corto plazo.

Para aplicar este sistema de dirección en la práctica profesional, el estudiante deberá comprender los procesos y los aspectos que son claves en la formulación de estrategias empresariales, así como los factores y elementos que pueden facilitar o entorpecer la correcta puesta en práctica o implantación de dichas estrategia.

PROFESOR RESPONSABLE DE LA HOMOLOGACIÓN EN EL DEPARTAMENTO

Juan Francisco Martínez (Juan.F.Martinez@uv.es)

TEMARIO

INTRODUCCIÓN

Capítulo 1. La naturaleza de la dirección estratégica

- 1.1. Las decisiones estratégicas
- 1.2. El proceso de dirección estratégica y su responsabilidad
- 1.3. La dirección estratégica de la empresa como ámbito de estudio
- 1.4. Hacia una visión integradora de la dirección estratégica

PARTE I - ANÁLISIS ESTRATÉGICO

Capítulo 2. La creación de valor y los grupos de interés

- 2.1. La creación de valor como objetivo de la empresa
- 2.2. Los grupos de interés en la empresa (stakeholders)
- 2.3. El gobierno de la empresa
- 2.4. El concepto de creación de valor de la empresa

Capítulo 3. Los objetivos y los valores de la empresa

- 3.1. La misión y la visión de la empresa
- 3.2. Los objetivos estratégicos
- 3.3. La responsabilidad social de la empresa
- 3.4. La ética empresarial

Capítulo 4. Análisis del entorno general

- 4.1. El entorno de la empresa
- 4.2. Análisis del entorno general
- 4.3. Análisis del entorno futuro: el método de los escenarios

Capítulo 5. Análisis del entorno específico

- 5.1. Delimitación del entorno específico
- 5.2. Análisis de la estructura de la industria
- 5.3. Segmentación de la industria: grupos estratégicos

5.4. Análisis de los competidores

Capítulo 6. Análisis interno de la empresa

- 6.1. El diagnóstico interno de la empresa
- 6.2. La cadena de valor
- 6.3. El benchmarking
- 6.4. Las matrices de análisis estratégico
- 6.5. El análisis DAFO

Capítulo 7. Análisis de los recursos y capacidades

- 7.1. El análisis de los recursos y capacidades
- 7.2. Identificación de los recursos y capacidades
- 7.3. Evaluación estratégica de los recursos y capacidades
- 7.4. La gestión de los recursos y capacidades

PARTE II - FORMULACIÓN DE LAS ESTRATEGIAS

Capítulo 8. Estrategias y ventajas competitivas

- 8.1. Estrategia y ventaja competitiva
- 8.2. La ventaja competitiva en costes
- 8.3. La ventaja competitiva en diferenciación de productos
- 8.4. La ampliación de las estrategias competitivas de Porter: el "reloj estratégico"

Capítulo 9. Estrategias con base en las características de la industria

- 9.1. La competencia en industrias nuevas o emergentes
- 9.2. La competencia en industrias maduras
- 9.3. La competencia en industrias en declive
- 9.4. La competencia en industrias fragmentadas

Capítulo 10. Estrategias para industrias con base tecnológica

- 10.1. Aspectos conceptuales
- 10.2. Efectos de la tecnología en la industria
- 10.3. Características de las industrias con base tecnológica
- 10.4. Alternativas para industrias con base tecnológica

Capítulo 11. Direcciones de desarrollo: el campo de actividad y la expansión

- 11.1. La definición del campo de actividad de la empresa
- 11.2. El crecimiento y el desarrollo de la empresa
- 11.3. Las direcciones de desarrollo
- 11.4. La estrategia de expansión

Capítulo 12. Direcciones de desarrollo: diversificación, integración vertical y reestructuración

- 12.1. La diversificación empresarial
- 12.2. La estrategia de diversificación relacionada
- 12.3. La estrategia de diversificación no relacionada o conglomerada
- 12.4. La estrategia de integración vertical
- 12.5. La estrategia de reestructuración de la cartera de negocios

Capítulo 13. La dirección de empresas diversificadas

- 13.1. Las unidades estratégicas de negocio (UEN)
- 13.2. Estrategia corporativa y creación de valor
- 13.3. Modelos básicos de dirección en las empresas diversificadas
- 13.4. Los grupos de empresas

Capítulo 14. Métodos de desarrollo: interno y externo

- 14.1. Desarrollo interno frente a desarrollo externo
- 14.2. Fusiones y adquisiciones de empresas
- 14.3. Formas de desconcentración de empresas
- 14.4. La gestión del desarrollo externo

Capítulo 15. Métodos de desarrollo: la cooperación empresarial

- 15.1. La cooperación entre empresas
- 15.2. Ventajas e inconvenientes de la cooperación
- 15.3. Tipos de acuerdos
- 15.4. La dirección de los acuerdos de cooperación

Capítulo 16. La estrategia de internacionalización

- 16.1. La empresa multinacional
- 16.2. La competencia global: factores y estrategias
- 16.3. Estrategias de entrada en mercados exteriores
- 16.4. La dirección de la empresa multinacional

PARTE III -IMPLANTACIÓN DE LAS ESTRATEGIAS

Capítulo 17. Evaluación e implantación de estrategias

- 17.1. El proceso de evaluación y selección de estrategias
- 17.2. La implantación de la estrategia
- 17.3. El cambio organizativo

Capítulo 18. La implantación de las estrategias: el soporte organizativo

- 18.1. El diseño de la estructura organizativa
- 18.2. La dirección y el liderazgo
- 18.3. La dirección estratégica de los recursos humanos
- 18.4. La cultura organizativa

Capítulo 19. La planificación y el control estratégico

- 19.1. La planificación estratégica
- 19.2. Las estrategias funcionales
- 19.3. El control estratégico
- 19.4. El diseño de un sistema de información

BIBLIOGRAFÍA

Guerras, L.A. y Navas, J.E. (2007): La Dirección Estratégica de la Empresa. Teoría y Aplicaciones, Thompson-Cívitas, Madrid, 4ª edición.

EVALUACIÓN

Preguntas de desarrollo de conceptos teóricos. Se formularán tres preguntas, que se corresponderán con tres de los apartados del temario descrito. El estudiante tendrá que elegir dos de las tres preguntas formuladas.

El objetivo es valorar el conocimiento y la madurez en el uso de los conceptos de la materia.