



FICHA IDENTIFICATIVA

DATOS DE LA ASIGNATURA

Código: 35891**Nombre:** Dirección Estratégica**Ciclo:** Estudios propios Europeo / Grado**Créditos ECTS:** 6**Curso académico:** 2026-27

TITULACIONES

Titulación	Centro	Curso	Periodo
1314 - Grado en Negocios Internacionales /International Business	Facultat d'Economia	2	Segundo cuatrimestre

MATERIAS

Titulación	Materia	Carácter
1314 - Grado en Negocios Internacionales /International Business	Estrategia Corporativa e Internacional	OBLIGATORIA

COORDINACIÓN

BENITO SARRIA GERMAN

RESUMEN

Dirección Estratégica es una asignatura de Formación Obligatoria, que se imparte en el segundo semestre del segundo curso del Grado en *International Business*. Consta de 6 créditos ECTS y pertenece al módulo de "Estrategia de Empresa" y a la materia "Estrategia Corporativa e Internacional".

Esta asignatura trata de proporcionar a los/as estudiantes conocimientos y habilidades esenciales para la dirección de la empresa en los entornos competitivos actuales caracterizados por un alto grado de turbulencia, y la misma supone la continuación de la asignatura básica de primer curso "Introducción a la Dirección de Empresas" y sienta las bases para que los estudiantes completen su formación en esta temática con la asignatura de formación obligatoria de tercer curso, y también perteneciente a la materia "Estrategia Corporativa e Internacional", "Dirección de Empresas Internacionales".

Con esta asignatura se propone un programa de contenidos que aporte al estudiante los conocimientos y habilidades básicas necesarias para el estudio de los planteamientos actuales de la dirección de la empresa, aplicando un enfoque global e integrador al análisis y a las decisiones empresariales de carácter estratégico.

La Dirección Estratégica constituye, en realidad, una forma de concebir la dirección de la empresa en los



entornos actuales. 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 empezar asimilando el proceso de formulación de la estrategia y de los modelos de análisis estratégico para, a continuación, comprender los factores y elementos que pueden facilitar o entorpecer la correcta puesta en práctica o implantación de dichas estrategias.

De manera sintética, con esta asignatura el estudiante abordará los siguientes contenidos:

- Introducción a la Estrategia Corporativa
- Patrones de desarrollo estratégico
- Análisis del entorno
- Recursos, competencias y capacidad estratégica
- Expectativas de los stakeholders y objetivos de la organización
- Bases de la elección estratégica
- Opciones estratégicas de crecimiento
- Valoración y selección de estrategias
- Estructura y diseño organizativo
- Asignación y control de recursos
- La dirección del cambio estratégico

io estratégico

CONOCIMIENTOS PREVIOS

RELACIÓN CON OTRAS ASIGNATURAS DE LA MISMA TITULACIÓN

No se han especificado restricciones de matrícula con otras asignaturas del plan de estudios.

OTROS TIPOS DE REQUISITOS

No se requieren conocimientos previos de la materia, más allá de los requisitos de acceso a la titulación

COMPETENCIAS / RESULTADOS DE APRENDIZAJE

1314 - Grado en Negocios Internacionales /International Business

Actuar con autonomía en el aprendizaje, tomando decisiones fundamentadas en diferentes contextos, emitiendo juicios en base a la experimentación y el análisis y transfiriendo el conocimiento a nuevas situaciones.

Analizar e interpretar información económica y financiera compleja para la toma de decisiones económico empresariales estratégicas en entornos internacionales, teniendo en cuenta la realidad social, económica, y geopolítica de los mercados internacionales. TIPO: Competencias

Colaborar eficazmente en equipos de trabajo, asumiendo responsabilidades y funciones de liderazgo y



contribuyendo a la mejora y desarrollo colectivo.

Comprender la estructura y funcionamiento de las empresas y organizaciones que operan en un contexto internacional.

Comprender la filosofía de la Dirección Estratégica y los distintos componentes de la estrategia.

Comprender y reflexionar sobre contextos socioeconómicos y políticos que afectan a la toma de decisiones empresariales y económicas en un entorno internacional.

Conocer las características y funcionamiento de los distintos enfoques estratégicos de competencia internacional.

Conocer las distintas opciones estratégicas para el crecimiento de la empresa así como los criterios de diseño, valoración y selección de éstas.

Conocer las distintas técnicas de análisis estratégico. Análisis interno y externo.

Conocer las principales características del proceso de internacionalización seguido por las empresas españolas.

Conocer los distintos modos de entrada y operación en los mercados exteriores.

Conocer los distintos roles estratégicos desempeñados por las filiales exteriores y los procesos de desarrollo de éstas.

Conocer los requisitos necesarios para que la empresa pueda competir en los mercados internacionales.

Demostrar razonamiento crítico y autocrítico en el ámbito de la titulación, considerando aspectos tales como la ética profesional, los valores morales y las implicaciones sociales de las diferentes actividades realizadas.

Desarrollar la capacidad de evaluación y de análisis crítico de fenómenos y agentes económicos internacionales.

Desarrollar la capacidad para la elaboración y defensa de informes que contribuyan a la toma de decisiones de agentes públicos y privados.

Desarrollar la capacidad para trabajar en red, tanto en redes internas de la empresa como en redes interempresariales.

Desarrollar la sensibilidad intercultural y la capacidad de adaptación a otros contextos geopolíticos.

Diseñar, desarrollar e implementar estrategias y/o proyectos de internacionalización empresarial adaptadas a diferentes contextos económicos (entorno económico global), geográficos, sociales y culturales, teniendo en cuenta los Objetivos de Desarrollo Sostenible

Elaborar informes técnicos y presentaciones profesionales adaptados a diferentes contextos culturales y empresariales que puedan contribuir a la toma de decisiones de agentes públicos y privados.

Entender el espíritu emprendedor y por qué existen las empresas, cuál es papel en la sociedad, así como sus características y funciones, y las posibles estrategias de internacionalización (exportaciones, inversión



extranjera directa, deslocalización y relocalización

Evaluar e identificar oportunidades de negocio y riesgos en mercados internacionales, elaborar planes de viabilidad, así como desarrollar y ejecutar planes financieros y de marketing, comercialización, producción y logística en empresas internacionales (domésticas y/o multinacionales)

Implementación de la estrategia: formas organizativas, parámetros de diseño, sistemas de planificación y control, recursos humanos y cultura organizativa.

Mantener una actitud ética en los negocios, respetuosa con los derechos de las personas y el medio ambiente.

Reconocer los distintos procesos de internacionalización que puede seguir una empresa.

Ser capaz de determinar la configuración internacional de activos que mejor se ajusta a las Identificar las características de los sectores de actividad en el marco integración sensibilidad.

Ser capaz de diseñar e implementar los mecanismos de coordinación y control de la empresa internacional.

Ser capaz de generar ideas y detectar oportunidades de negocio en los mercados internacionales.

Tener capacidad para trabajar en equipos multidisciplinares e interculturales.

Tener unas nociones básicas sobre el fenómeno de la expatriación.

Utilizar herramientas tecnológicas avanzadas y sistemas de información para la gestión empresarial internacional, especialmente en los departamentos de finanzas y contabilidad, ventas, operaciones o producción.

Utilizar la información económico financiera de la empresa para tomar decisiones.

DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS

Tema 1. Introducción al proceso estratégico

- 1.1. Origen de la Dirección Estratégica y actitud estratégica
- 1.2. Estrategia: definición y componentes
- 1.3. El proceso de Dirección Estratégica
- 1.4. Niveles de Estrategia



Tema 2. Propósito estratégico

- 2.1. Misión, valores y objetivos
- 2.2. Gobierno corporativo
- 2.3. Responsabilidad Social Corporativa
- 2.4. Stakeholders y mapa de poder

Tema 3. Análisis externo

- 3.1. Factores del entorno general: Análisis PESTEL
- 3.2. Análisis del sector y factores del entorno competitivo
- 3.3. Análisis intrasectorial: los Grupos Estratégicos

Tema 4. Análisis interno

- 4.1. Recursos, Capacidades y Ventaja Competitiva
- 4.2. Métodos de análisis
- 4.3. Integración del análisis interno y externo: Análisis DAFO

Tema 5. Estrategias Corporativas

- 5.1. Marco para el diseño de las Estrategias
- 5.2. Tipologías de estrategias corporativas
- 5.3. Estrategias de diversificación
- 5.4. Modos de desarrollo: desarrollo interno, externo e híbrido

Tema 6. Estrategias competitiva

- 6.1. Argumento competitivo
- 6.2. Estrategias genéricas: liderazgo en costes versus diferenciación
- 6.3. El modelo del Reloj Estratégico: aportaciones y limitaciones



Tema 7. Evaluación y selección de estrategias

- 7.1. Conveniencia
- 7.2. Análisis de la aceptabilidad
- 7.3. Análisis de la factibilidad

Tema 8. Implementación: Sistemas de planificación y control

- 8.1. El proceso de control
- 8.2. Sistemas de planificación y control

Tema 9. Diseño de la organización

- 9.1. El diseño de la organización y su relación con la estrategia
- 9.2. Mecanismos de coordinación
- 9.3. Factores de contingencia
- 9.4. Tipos de estructuras organizativas

VOLUMEN DE TRABAJO (HORAS)

ACTIVIDADES PRESENCIALES

Actividad	Horas
Teoría	30,00
Prácticas en aula	30,00
Total horas	60,00

ACTIVIDADES NO PRESENCIALES

Actividad	Horas
Asistencia a otras actividades	0,00
Elaboración de trabajos individuales o en grupo	20,00
Estudio y trabajo autónomo	30,00
Preparación de clases	10,00
Preparación de actividades de evaluación	20,00



Resolución de casos prácticos	10,00
Total horas	90,00

METODOLOGÍA DOCENTE

Semanalmente, se impartirá una sesión teórica y otra práctica. Los estudiantes del grupo se dividirán en dos subgrupos para las sesiones prácticas. En las clases prácticas se desarrollarán casos prácticos, talleres, presentaciones y discusiones, se aprenderán herramientas informáticas relacionadas con la materia, etc. Las diapositivas de las clases de teoría y las indicaciones acerca de las clases prácticas se colgarán en el **aula virtual** de la asignatura (aulavirtual.uv.es). Al formar parte esta asignatura de una titulación a tiempo completo, la asistencia a todas las clases es importante, siendo **obligatoria la asistencia a todas las sesiones prácticas**.

Se anima a los/as estudiantes a participar activamente en todas las clases, incluidas las sesiones de teoría. **Se formarán equipos de cuatro estudiantes dentro de cada subgrupo de prácticas**, como base para trabajar en importantes elementos de la vertiente práctica de la asignatura (casos prácticos, presentaciones, proyecto final, etc.).

Cuando los/as estudiantes tengan consultas, preguntas o *feedback*, o necesiten orientación o ayuda acerca de los trabajos de las prácticas, además de poder contactar con el profesor por correo electrónico, también pueden acudir personalmente a las **tutorías** (de asistencia voluntaria) ofrecidas en el despacho del/de la profesor/a durante el horario de atención a los/as estudiantes.

s estudiantes.

EVALUACIÓN

La evaluación de la asignatura "Dirección Estratégica" se compone de dos partes:

- **Contenido teórico** de la asignatura: se evaluará mediante un examen escrito, con una puntuación máxima de 7 puntos sobre 10 (70% de la nota). La evaluación de los conocimientos teóricos se realizará mediante prueba escrita que consistirá en un conjunto de preguntas objetivas (tipo test) y/o un conjunto de preguntas de desarrollo.

- **Contenido práctico (Evaluación Continua – EC)** de la asignatura: esta parte tiene una puntuación máxima de 3 puntos sobre 10 (30% de la nota) y se ajustará a los siguientes criterios:



- La asistencia es obligatoria, de manera que la no asistencia a las sesiones prácticas tendrá una penalización. Cuando el estudiante supere la cifra de 3 faltas, sean estas justificadas o no, tendrá un 0 como nota de EC.
- El 30% de la nota de EC se basará en el trabajo del estudiante durante las prácticas (trabajos individuales realizados en clase + participación activa e interés durante las sesiones de prácticas) y las evaluaciones de los trabajos en grupo que el estudiante realizará durante las sesiones prácticas. Esta parte de la evaluación se considera **recuperable**.

"Siguiendo el artículo 28 del Reglamento de usos lingüísticos de la Universitat de València (ACGUV 167/2014, de 30 de septiembre, modificado por ACGUV 146/2023), los enunciados de los exámenes y ejercicios se presentarán en la lengua en la que se haya ofrecido oficialmente la asignatura."

RESTRICCIONES

El estudiante tendrá que aprobar el examen escrito para que se le tenga en cuenta la nota de la EC en el momento de calcular la nota final de la asignatura.

SEGUNDA CONVOCATORIA

Cuando el alumno suspenda en primera convocatoria, deberá realizar en segunda convocatoria y en la fecha que el centro establezca, una prueba de síntesis de las mismas características que las de la primera. En esta convocatoria se mantendrán las notas de las actividades de EC. Si un alumno suspende en segunda convocatoria, no se le guarda ninguna nota para el curso siguiente.

POLÍTICA DE USO DE LA IA

En clase, aprender a usar la IA es una habilidad emergente y proporcionaremos formación sobre cómo utilizarla.

Debéis tener en cuenta los límites de las IA, como los siguientes: si proporcionáis indicaciones (prompts) de mínimo esfuerzo, obtendréis resultados de baja calidad. Tendréis que perfeccionar las indicaciones para obtener buenos resultados. Esto requiere trabajo.

Seréis responsables de los errores u omisiones que os proporcione la herramienta. Comprobad las fuentes. Las IA son una herramienta, pensad bien cuándo es útil. No la uséis si no es apropiada para el caso o la circunstancia.

Debéis incluir un párrafo al final de cualquier tarea que utilice IA explicando por qué la habéis usado y qué instrucciones habéis aplicado para obtener los resultados. Si no lo hacéis, estaréis infringiendo la política de honestidad académica y será considerado plagio.



BIBLIOGRAFÍA

- Guerras, L.A. y Navas, J.E. (2015): La Dirección Estratégica de la Empresa.[Recurso electrónico] Teoría y Aplicaciones, Thompson-Cívitas, Madrid. (Disponible en trobes.uv.es)
- Johnson, G., Scholes, K. y Whittington, R. (2006): Dirección Estratégica, Prentice Hall, Madrid, 7ª edición.
- Ventura, J. (2008): Análisis Estratégico de la Empresa, Paraninfo, Madrid.
- Thompson, Peteraf, Gamble, Stickland (2012): Administración Estratégica, McGraw Hill, México, 18ª edición.
- Dess, G.G., McNamara, G. & Eisner, A.B. (2016). Strategic Management. Text and Cases, 8th edition, New York: McGraw Hill.
- Grant, R.M. (2016). Contemporary Strategy Analysis. Text and Cases, 9th edition, Chichester (West Sussex): John Wiley & Sons.
- Johnson, G., Whittington, R., Scholes, K., Angwin, D. & Regnér, P. (2022). Exploring Strategy. Text and Cases, 12th edition, Harlow, UK: Pearson.
- Robbins, S.P. & Coulter, M. (2018). Management, 14th edition, Harlow, UK: Pearson.
- Mintzberg, H. (1979). The structuring of organizations, Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Guerras, L.A. y Navas, J.E. (2022): La Dirección Estratégica de la Empresa. Teoría y Aplicaciones, Thompson-Reuters Cívitas, Cizur Menor.