



FICHA IDENTIFICATIVA

DATOS DE LA ASIGNATURA

Código: 36499

Nombre: Dirección Estratégica

Ciclo: Grado

Créditos ECTS: 6

Curso académico: 2026-27

TITULACIONES

Titulación	Centro	Curso	Periodo
1332 - Grado en Inteligencia y Analítica de Negocios/BIA	Facultat d'Economia	1	Primer cuatrimestre

MATERIAS

Titulación	Materia	Carácter
1332 - Grado en Inteligencia y Analítica de Negocios/BIA	Dirección Estratégica	FORMACIÓN BÁSICA

COORDINACIÓN

CRUZ ROS SONIA

RESUMEN

La asignatura "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 clave 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 estrategias.

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.

COMPETENCIAS / RESULTADOS DE APRENDIZAJE

1332 - Grado en Inteligencia y Analítica de Negocios/BIA

Capacidad de análisis y síntesis

Capacidad de aprendizaje autónomo.

Capacidad para analizar y buscar información proveniente de fuentes diversas.

Capacidad para definir, resolver y exponer de forma sistémica problemas complejos.

Capacidad para planificar, organizar, controlar y evaluar la puesta en marcha de estrategias empresariales.

Capacidad para resolver problemas, y para comunicar y transmitir conocimientos, habilidades y destrezas, comprendiendo la responsabilidad ética, igualitaria y profesional de la actividad de la Inteligencia y Analítica de Negocios.

Capacidad para trabajar en equipo, con el compromiso por la calidad, la ética, la igualdad entre personas y la responsabilidad social.

Capacidad para utilizar las TIC, tanto en el ámbito de estudio como en el desarrollo profesional.

Comprender el impacto de las variables económicas, político-legales, socioculturales, tecnológicas y medioambientales sobre la actividad empresarial.

Comprender la naturaleza sistémica de la empresa digital.

Comprender y valorar las características y utilidad de las distintas estrategias corporativas y competitivas de las empresas digitales.

Plantear objetivos y diseñar estrategias en empresas digitales, así como valorar las implicaciones y necesidades para su consecución.

Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.

Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.

Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.

Realizar diagnósticos estratégicos en entornos complejos e inciertos, utilizando las metodologías adecuadas.



DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS

1. 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

1.5. Procesos de toma de decisiones estratégicas

2. Tema 2. Propósito estratégico

2.1. Misión, valores y Objetivos

2.2. Gobierno corporativo y Responsabilidad Social Corporativa

2.3. Stakeholders y mapa de poder

3. Tema 3. Análisis externo

3.1. Análisis del entorno

3.2. Análisis del sector y factores del entorno competitivo

3.3. Análisis intra-sectorial: los Grupos Estratégicos

3.4. Técnicas de análisis del entorno: la Prospectiva y el Método de escenarios

4. 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

5. 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

6. Tema 6. Estrategias competitivas

6.1. Argumento competitivo

6.2. Estrategias genéricas: liderazgo en costes versus diferenciación

6.3. El modelo del reloj estratégico: aportaciones y limitaciones

7. Tema 7. Evaluación y selección de estrategias

7.1. Conveniencia u oportunidad

7.2. Factibilidad

7.3. Aceptabilidad

**8. Tema 8. Implementación de la estrategia I: Sistemas de planificación y control, y sistemas de información**

8.1. Concepto de control. El control estratégico

8.2. Sistemas de planificación y control

8.3. Sistemas de información para la toma de decisiones

9. Tema 9. Implementación de la estrategia II: Diseño organizativo

9.1. El diseño de la organización y su relación con la estrategia

9.2. Mecanismos de coordinación

9.3. Los factores de contingencia y sus efectos en el diseño organizativo

9.4. Tipos de estructuras organizativas

VOLUMEN DE TRABAJO (HORAS)**ACTIVIDADES PRESENCIALES**

Actividad	Horas
Teoría	30,00
Aula informática	30,00
Total horas	60,00

ACTIVIDADES NO PRESENCIALES

Actividad	Horas
Asistencia a otras actividades	0,00
Elaboración de trabajos individuales o en grupo	40,00
Estudio y trabajo autónomo	10,00
Preparación de clases	20,00
Preparación de actividades de evaluación	20,00
Resolución de casos prácticos	0,00
Total horas	90,00

METODOLOGÍA DOCENTE



La asignatura se desarrollará mediante una combinación de clases teóricas y prácticas. Los contenidos conceptuales se presentarán de forma progresiva en las sesiones teóricas y se reforzarán de manera inmediata a través de las diferentes actividades realizadas en las sesiones prácticas. De este modo, el alumnado podrá asimilar los fundamentos teóricos al tiempo que los aplica en situaciones concretas, favoreciendo un aprendizaje activo y significativo. En las sesiones prácticas, los estudiantes trabajarán en grupo y aplicarán los conceptos y herramientas vistas en la parte teórica a un caso real de empresa. Con esta metodología, los estudiantes deberán realizar un informe de resultados a partir de un guion facilitado por el/la profesor/a. Para su elaboración, el estudiantado deberá buscar información a través de distintas fuentes, las diferentes prácticas relativas a cada tema del programa se presentarán en las diferentes sesiones de práctica, donde el/la profesora las evaluará proporcionando un feedback constructivo, y los informes finales se entregarán en las fechas que el/la docente establezca. Alternativamente, el/la docente puede optar por proponer a los estudiantes casos específicos para tratar diversas problemáticas vinculadas con los contenidos de la asignatura (el tradicional método del caso). Con esta metodología, los casos propuestos serán resueltos y discutidos en las sesiones de prácticas y puede ser necesario la realización de alguna tarea específica, a modo de trabajo previo a la clase, para garantizar la calidad y discusión del trabajo realizado en clase. La realización de estos casos puede requerir de la consulta de bases de datos o la lectura de artículos de prensa, entre otros.

EVALUACIÓN

La asignatura se evaluará a partir de la consideración de los siguientes aspectos:

Teoría. Examen de síntesis (60% de la nota final). Prueba escrita que pueden combinar tanto preguntas de carácter objetivo (test) como de ensayo restringido. Esta prueba se realizará en las fechas que el centro determine para la evaluación (primera y segunda convocatorias oficiales). Es necesario aprobar el examen para poder añadir las notas de la evaluación continua.

Evaluación continua (40% de la nota final). La aplicación práctica de los contenidos se valorará mediante evaluación continua durante el curso según el siguiente esquema:

- Asistencia activa, participación en clase (teórica y práctica) y exposición de trabajos o casos en grupo en el aula durante las sesiones prácticas.

De acuerdo con el artículo 6.9 del Reglamento de Evaluación y Calificación de la Universitat de València (ACGUV 108/2017), la asistencia a las clases es obligatoria, y se considera que el/la estudiante ha cumplido con la dicha asistencia si lo hace, como mínimo, al 80% de las sesiones, y si ha justificado adecuadamente la imposibilidad por causa de fuerza mayor en un plazo de 15 días desde la ausencia. Consecuentemente, la asistencia activa no se valorará de forma sumativa, sino que se valorará la falta de asistencia con hasta un punto (1) negativo, que se restará sobre esta parte de la evaluación continua.

La participación en clase (teórica y práctica) y la exposición de trabajos o casos en grupo en el aula durante las sesiones prácticas se valorará con máximo de un punto (1).

Esta parte de la evaluación continua, correspondiente a la asistencia y la exposición de trabajos o casos en



grupo en el aula durante las sesiones prácticas resulta, por su propia naturaleza, no recuperable en la 2ª convocatoria del curso académico.

- Entrega de informes sobre los casos estudiados durante las sesiones prácticas.

Esta parte de la evaluación continua corresponde a la entrega de informes sobre los casos estudiados durante las sesiones prácticas, tendrá un valor máximo de tres (3) puntos, y es recuperable en la 2ª convocatoria del curso académico.

Cuando la calificación obtenida en la evaluación continua sea superior a dos (2), esta calificación se conservará durante las dos convocatorias del curso académico, de manera que se podrá aprobar la asignatura superando el examen teórico en la 1ª o en la 2ª convocatoria.

Conforme con el artículo 6.6 del Reglamento de Evaluación y Calificación de la Universitat de València (ACGUV 108/2017), "el estudiantado tiene derecho a poder superar en segunda convocatoria la asignatura mediante la realización de un examen en el cual se le evalúe de todas las actividades de evaluación continua recuperables, y a mantener la nota de aquellas no recuperables.". Consecuentemente, a tal fin, los estudiantes que no opten por la evaluación continua, o que habiendo optado no la hayan superado en la 1ª convocatoria el curso con un mínimo de dos puntos (2) sobre los cuatro (4) puntos máximos que se le atribuyen, deberán realizar, en las fechas oficiales que la Facultad de Economía establezca para los exámenes de la 2ª convocatoria del curso académico, una prueba objetiva, complementaria a la de carácter teórico, correspondiente a las actividades de evaluación continua recuperables; esta prueba objetiva consistirá bien en un examen práctico sobre los casos estudiados durante las sesiones prácticas o bien en la entrega de los informes sobre los casos estudiados durante las sesiones prácticas, y supondrá una calificación máxima de tres (3) puntos.

Uso de la Inteligencia Artificial

Se recuerda que hay que evitar cualquier forma de fraude derivada de plagio o uso de documentación sin citación de fuentes. Según la Ley 3/2022, de 24 de febrero, de Convivencia Universitaria, el fraude también incluye el uso de aplicaciones de inteligencia artificial sin explicitar que han sido utilizadas y sin explicar qué prompts, o instrucciones, se han aplicado para obtener los resultados.

En este sentido, y en especial en lo que se refiere a la elaboración de informes o resolución de casos, relativos a la parte de la evaluación continua de la asignatura, se podrá establecer un porcentaje máximo permitido del "índice de probabilidad de uso de IA" que proporciona el software institucional de detección de plagio en la Universitat de València.

BIBLIOGRAFÍA

- Guerras, L. A. y Navas, J. E. (2022): La Dirección Estratégica de la Empresa: Teoría y Aplicaciones. Ed. Civitas -Thomson Reuters, Madrid, 6ª edición.
- Guerras, L.A: y Navas, J.E. (2026); Fundamentals of Strategic Management. Ed. Civitas, 3ª edición.



- Johnson, G., Scholes, K., y Whittington, R. (2008): Dirección Estratégica, Ed. Pearson Educación, México, 7ª edición.