

CENTRO: 155 - Facultad de Ciencias Jurídicas
TITULACIÓN: 4011 - Grado en Relaciones Laborales y Recursos Humanos
ASIGNATURA: 41129 - DIRECCIÓN ESTRATÉGICA DE LA EMPRESA
CÓDIGO ULPGC: 41129 **CÓDIGO UNESCO:** 5311
MÓDULO: ORGANIZACIÓN DEL TRABAJO **MATERIA:** DIRECCIÓN Y GESTIÓN DE RECURSOS HUMANOS **TIPO:** Obligatoria
CRÉDITOS ECTS: 6 **CURSO:** 4 **SEMESTRE:** 1º semestre
LENGUA DE IMPARTICIÓN (Especificar créditos de cada lengua)
ESPAÑOL: **INGLÉS:** 6

REQUISITOS PREVIOS

Se recomienda al estudiante haber superado las asignaturas relacionadas con la organización y administración de empresas de los cursos previos del Grado antes de cursar Dirección Estratégica de la Empresa, así como un nivel mínimo de B1 en idioma inglés.


Plan de Enseñanza (Plan de trabajo del Profesor)

Contribución de la asignatura al perfil profesional:

La asignatura de Dirección Estratégica de la Empresa contribuye al Módulo de Organización del Trabajo, Dirección y Gestión de Recursos Humanos planteando al estudiante el reto de aprender a tomar aquellas decisiones de alta dirección que permiten guiar el futuro de la empresa y posicionarla de manera ventajosa frente a sus competidores. Para ello, se presenta un programa de contenidos en el que, tras la oportuna introducción a la asignatura, se realiza un recorrido por las tres grandes fases implicadas en la formulación y puesta en práctica de un plan estratégico, a saber, diagnóstico externo e interno, formulación de objetivos y estrategias, e implantación y evaluación de estrategias. Al mismo tiempo, y al ser esta una asignatura impartida en inglés, el estudiante irá enriqueciendo su vocabulario de términos económico-empresariales en esta lengua y mejorando, con ello, sus competencias para defender puestos de trabajo en que el conocimiento de este idioma es un requisito.

COURSE CONTRIBUTION TO THE PROFESSIONAL PROFILE

The Strategic Management course contributes to the Module of Work Organization and Human Resource Management by showing the student how to cope with the challenge of learning decision making in top management level, to lead the future of a company and place it in an advantageous position with regards to its competitors. To be able to accomplish this, the programme begins with an introduction to strategic management as a field of study, followed by the study of the three main parts of formulating and implementing a strategic plan, that is, an external and internal analysis, business goal and strategy formulation, implementation and evaluation. Besides, as this course is taught in English language, the student has the opportunity to make improvements in his/her economic and business terms, and gain competencies for job vacancies where being proficiency in English is a must.

PÁGINA 1 / 11	ID. DOCUMENTO u23XhOR6UbPE1mxigWoaVA\$\$		
FIRMADO POR		FECHA FIRMA	
45700477Y JOSÉ LUIS MUÑOZ MOHAMED		19/05/2016 19:23:52	
		ID. FIRMA	
		NzQ5ODk=	

Competencias que tiene asignadas:

A continuación se detallan las competencias que la asignatura contribuirá a lograr:

COMPETENCIAS NUCLEARES DE LA UNIVERSIDAD

CN1. Comunicarse de forma adecuada y respetuosa con diferentes audiencias, utilizando los soportes y vías de comunicación más apropiados (especialmente las nuevas tecnologías de la información y la comunicación).

COMPETENCIAS GENÉRICAS DEL TÍTULO

CGT1. Poseer y comprender conocimientos que implican conocimiento actualizados de su campo de estudio;

CGT2. Saber elaborar y defender argumentos y resolver problemas dentro de su área de estudio;

CGT3. Tener la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social.

CGT4. Poder transmitir información e ideas y aportar soluciones a un público, tanto especializado como no especializado.

CGT5. Desarrollar habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS DEL TÍTULO

CE 3. Capacidad para analizar críticamente las situaciones jurídicas, organizativas, y psicosociales.

CE 5. Capacidad para elaborar, exponer y defender una solución fundamentada ante los conflictos acaecidos en las diferentes vertientes de las Relaciones Laborales, así como de redacción de comentarios y documentos, con un dominio adecuado de las habilidades orales y escritas propias de la profesión.

CE 6. Capacidad para Trabajar en equipo, como experto en el ámbito de aplicación y en tareas interdisciplinares, con contribución eficaz en las tareas de asesoramiento sobre las posibles soluciones de un caso. Negociación, conciliación y diseño de estrategias alternativas conducentes a la aplicación de diferentes soluciones.

CE 8. Capacidad para dominar las técnicas informáticas en el tratamiento de texto, en la obtención de la información y en la utilización de la red informática para la comunicación de datos.

CE 10. Capacidad para comunicar eficazmente en el idioma materno y, al menos, en un idioma extranjero (inglés) con otros profesionales del ámbito de las relaciones laborales y de los recursos humanos.

CE 11. Capacidad para colaborar en la elaboración y diseño de estrategias organizativas en la planificación de los Recursos Humanos de una organización.

CE 12. Capacidad para aplicar de técnicas y toma de decisiones en materia de gestión de Recursos Humanos.


CE 15. Capacidad para aplicar distintas técnicas de evaluación y auditoria sociolaboral.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS DE LA ASIGNATURA

SPECIFIC COURSE COMPETENCES

CEA1. Participar con espíritu crítico y asumir el riesgo y la incertidumbre inherentes en la toma de decisiones estratégicas.

CEA1. To participate – from a critical point of view – and face the risk and uncertainty underlying strategic management decisions.

PÁGINA 2 / 11	ID. DOCUMENTO u23XhOR6UbPE1mxigWoaVA\$\$		
FIRMADO POR		FECHA FIRMA	
45700477Y JOSÉ LUIS MUÑOZ MOHAMED		19/05/2016 19:23:52	
		ID. FIRMA	
		NzQ5ODk=	

CEA2. Formular los elementos estructurales que orientan un plan estratégico, como la misión y la visión.

CEA2. To formulate the basic elements of a business strategic plan, such as the business mission and vision.

CEA3. Aplicar diferentes modelos para el análisis del entorno general y específico, así como para la evaluación interna de una organización, y extraer las correspondientes oportunidades, amenazas, fortalezas y debilidades.

CEA3. To use different models to analyse the external environment including industry analysis, as well as the firm's internal environment in order to identify the opportunities, threats, strengths and weaknesses of a SWOT analysis.

CEA4. Determinar, con una visión organizativa global y general, los objetivos y las estrategias corporativas y competitivas que, respondiendo a la situación externa e interna, orienten la actividad de cada una de las áreas operativas y funcionales de la empresa en el corto, medio y largo plazo.

CEA4. To establish, under a holistic organizational perspective, the firm's objectives and the corporate and business strategies that, with regards to the external and internal environment, guide the work within the operational and functional areas of a firm, either in the short, medium or long term.

CEA5. Saber valorar los riesgos y beneficios asociados a los diferentes métodos disponibles para desarrollar en la práctica las estrategias corporativas y de negocio, así como escoger aquellos más idóneos en cada caso.

CEA5. To value the risks and benefits related to the different methods available for developing corporate and business strategies, as well as selecting the most appropriate one for each situation.

CEA6. Desarrollar una visión integradora de la planificación estratégica con otros sistemas y factores organizativos, como la cultura, los sistemas de información, los recursos humanos, etc., anticipando los posibles problemas y barreras para la implantación del plan estratégico en la organización.

CEA6. To develop a holistic perspective of the strategic planning, and integrate it with other organizational systems and factors, such as culture, information systems, human resources, and others, anticipating problems and barriers that may arise when putting into practice a strategic plan.

CEA7. Saber aplicar en el contexto profesional los conocimientos adquiridos, elaborando planes estratégicos orientados a mejorar el crecimiento, la competitividad y la rentabilidad de la empresa.

CEA7. To transfer the acquired knowledge to a professional environment, doing strategic plans that will improve growth, competitiveness and business profits.


Objetivos:

Son siete los objetivos formativos que se pretende alcanzar con la impartición de esta asignatura:

Seven educational objectives are intended to be achieved with the teaching of this course:

O1. Desarrollar una visión global de la gestión de empresas, introduciendo al estudiante en la toma de decisiones de la alta dirección, lo que supone integrar de manera coherente estrategias propias de las diferentes áreas departamentales o funcionales de la organización.

O1. To develop a general landscape of business management, showing the student how to make top management decisions, thus coherently integrating strategies from the different department or

PÁGINA 3 / 11	ID. DOCUMENTO u23XhOR6UbPE1mxigWoaVA\$\$		
FIRMADO POR		FECHA FIRMA	
45700477Y JOSÉ LUIS MUÑOZ MOHAMED		19/05/2016 19:23:52	
		ID. FIRMA	
		NzQ5ODk=	

functional areas.

O2. Entender que la estrategia supone pensar en decisiones a largo plazo, buscando la adaptación de la organización al entorno o la actuación sobre el mismo con una actitud voluntarista, al objeto de posicionar a la empresa en un entorno competitivo.

O2. To understand that strategy making involves long term decisions, in order to adapt organizations to its environment, or the willing to act over it in order to position businesses in a competitive environment.

O3. Lograr una comprensión, tanto conceptual como práctica, del proceso de diagnóstico, formulación e implantación de estrategias en la organización.

O3. To obtain a conceptual and practical understanding of the strategic analysis, formulation, and implementation process within the organization.

O4. Conocer las diferentes estrategias corporativas y competitivas que puede desarrollar la empresa y las circunstancias internas y externas que hacen aconsejable el desarrollo de tales estrategias.

O4. To learn about the different corporate and business strategies that a firm can develop, as well as the internal and external conditions that support those strategies.

O5. Conocer los diferentes métodos disponibles para desarrollar en la práctica una estrategia, así como los riesgos y beneficios asociados a los mismos.

O5. To know the different methods available for strategy development and implementation, as well as the risks and benefits that each one entail.

O6. Aprender a formular las estrategias más adecuadas en cada contexto organizativo y a determinar cuáles son las mejores condiciones para implantar con éxito dicha estrategia.

O6. To learn how to formulate the best strategies for every organizational context, and to define the best conditions to successfully implement them.

O7. Expresarse con fluidez, tanto oralmente como por escrito, en lengua inglesa, manejando los conceptos propios de la Dirección Estratégica en este segundo idioma.

O7. To speak and write using a fluent English vocabulary, along with the adequate use of the Strategic Management concepts in this second language.

Contenidos:


A continuación se relacionan los contenidos a impartir en la asignatura, así como la fuente bibliográfica por donde será estudiado cada tema:

Chapter 1. The Concept of Strategy

- 1.1 The role of strategy in success
- 1.2 The basic framework for strategy analysis
- 1.3 A brief history of business analysis
- 1.4 Strategy today
- 1.5 How is strategy made? The strategy process
(Grant, 2013, chap. 1)

Chapter 2. Goals, Values, and Performance

- 2.1 Strategy as a quest for value
- 2.2 Putting performance analysis into practice
- 2.3 Beyond profit: Values and corporate social responsibility
(Grant, 2013, chap. 2)

PÁGINA 4 / 11	ID. DOCUMENTO u23XhOR6UbPE1mxigWoaVA\$\$			
FIRMADO POR		FECHA FIRMA		ID. FIRMA
45700477Y JOSÉ LUIS MUÑOZ MOHAMED		19/05/2016 19:23:52		NzQ5ODk=

Chapter 3. Industry Analysis: The Fundamentals
 3.1 From environmental analysis to industry analysis
 3.2 Analyzing industry attractiveness
 3.3 Applying industry analysis to forecasting industry profitability
 3.4 From industry attractiveness to competitive advantage: Identifying key success factors
 (Grant, 2013, chap. 3)

Chapter 4. Analyzing Resources and Capabilities
 4.1 The role of resources and capabilities in strategy formulation
 4.2 Identifying resources and capabilities
 4.3 Appraising resources and capabilities
 4.4 Developing strategy implications
 (Grant, 2013, chap. 5)

Chapter 5. The Sources and Dimensions of Competitive Advantage
 5.1 How competitive advantage emerges and is sustained
 5.2 Types of competitive advantage: cost and differentiation
 5.3 Cost analysis
 5.4 Differentiation analysis
 5.5 Implementing cost and differentiation analysis
 (Grant, 2013, chap. 7)


Chapter 6. Technology-based Industries and the Management of Innovation
 6.1 Competitive advantage in technology-intensive industries
 6.2 Which mechanisms are effective at protecting innovation?
 6.3 Strategies to exploit innovation: How and when to enter
 5.4 Implementing technology strategies: Creating the conditions for innovation
 (Grant, 2013, chap. 9)

Chapter 7. Vertical Integration and the Scope of the Firm
 7.1 Transaction costs and the scope of the firm
 7.2 The benefits and costs of vertical integration
 7.3 Designing vertical relationships
 (Grant, 2013, chap. 11)

Chapter 8. Global Strategy and the Multinational Corporation
 8.1 Implications of international competition for industry analysis
 8.2 Analyzing competitive advantage in a an international context
 8.3 Applying the framework: International location of production
 8.4 Applying the framework: Foreign entry strategies
 8.5 Strategy and organization within the multinational corporation
 (Grant, 2013, chap. 12)

Chapter 9. Diversification Strategy
 9.1 Trends in diversification over time
 9.2 Motives for diversification
 9.3 Competitive advantage from diversification
 9.4 Diversification and performance
 (Grant, 2013, chap. 13)

Chapter 10. External Growth Strategies: Mergers, Acquisitions, and Alliances
 10.1 Mergers and acquisitions: Causes and consequences
 10.2 Strategic Alliances

PÁGINA 5 / 11	ID. DOCUMENTO u23XhOR6UbPE1mxigWoaVA\$\$			
FIRMADO POR		FECHA FIRMA	ID. FIRMA	
45700477Y JOSÉ LUIS MUÑOZ MOHAMED		19/05/2016 19:23:52	NzQ5ODk=	

(Grant, 2013, chap. 15)

Chapter 11. Organization Structure and Management Systems: The Fundamentals of Strategy Implementation

11.1 From strategy to execution

11.2 Organizational design: The Fundamentals of organizing

11.3 Organizational design: Choosing the right structure

(Grant, 2013, chap. 6)

Metodología:

A continuación, se desglosan las actividades formativas previstas para que cada estudiante trabaje los contenidos de la materia y su correspondencia en créditos ECTS, en la modalidad presencial:

- Clase teórica en grupo grande: 25%
CGT1, CE3, CE8, CE10.
- Trabajo en grupo: 15%
CGT2, CGT3, CGT4, CE5, CE6, CE12, CE15.
- Tutorías: 5%
CGT3, CN1, CE8.
- Actividades de evaluación: 5%
- Trabajo autónomo del estudiante: 50%
CGT5, CE10, CE11.

Evaluación:

Criterios de evaluación

Los criterios para la evaluación del alumno se corresponden con una adecuada asimilación de las competencias recogidas en este proyecto docente. Por tal motivo, los alumnos serán evaluados en términos generales y por competencias, prestando una atención especial a las específicas de la asignatura.

La programación será variada en cuanto a las fuentes que utilicemos para la evaluación y a cada una se le asignará una ponderación. De esta forma, los instrumentos de evaluación, serán los siguientes:


- Exámenes escritos
- Trabajos individuales y colectivos
- Participación y actitud

Sistemas de evaluación

La evaluación de esta asignatura girará en torno a los siguientes tres apartados:

- Examen final, que será teórico-práctico y podrá constar de la realización de test, cuestiones de desarrollo, preguntas de discusión, resolución de problemas, casos, etc.
- Trabajos, pruebas y/o actividades prácticas definidos por la profesora específicamente para su inclusión en este apartado. Las pautas para la realización de dichos trabajos, pruebas y/o actividades prácticas se comunicarán en el desarrollo del curso. En el caso en que el número de estudiantes lo permita, los trabajos serán presentados en clase.
- Participación.

El sistema de evaluación se podrá modificar para ajustarse a determinadas situaciones

PÁGINA 6 / 11	ID. DOCUMENTO u23XhOR6UbPE1mxigWoaVA\$\$		
FIRMADO POR		FECHA FIRMA	
45700477Y JOSÉ LUIS MUÑOZ MOHAMED		19/05/2016 19:23:52	
		ID. FIRMA	
		NzQ5ODk=	

excepcionales de los estudiantes atendiendo a la normativa reguladora existente o a los criterios que los profesores definan por tal motivo.

Criterios de calificación

La asignatura se evaluará sobre la base de una puntuación entre 0 y 10. La calificación global de la misma se deducirá de los siguientes conceptos y en sus respectivas proporciones:

- Examen: 50%
- Trabajos en grupo: 25%
- Trabajos y pruebas individuales: 25%

Para obtener la calificación promediando los criterios anteriores, es necesario haber obtenido un mínimo de cinco puntos sobre diez en la realización del examen final teórico-práctico. El resto de la calificación (50%) no se sumará a la nota del examen hasta que este no haya sido superado, de tal modo que en el acta de la convocatoria ordinaria constará la nota alcanzada en el examen.

En la convocatoria extraordinaria y en la convocatoria extraordinaria especial, el examen supondrá el 100% de la nota. Es necesario obtener un mínimo de cinco puntos sobre diez para superarlo.

Los criterios concretos de evaluación de cada examen o prueba serán especificados en la fecha en que se celebren.

Plan de Aprendizaje (Plan de trabajo del Estudiante)

Tareas y actividades que realizará según distintos contextos profesionales (científico, profesional, institucional, social)

A continuación exponemos las diferentes tareas y actividades a realizar en los diferentes contextos:

Tareas y actividades en un contexto científico:

- Búsqueda de información en bibliotecas, hemerotecas, recursos electrónicos, revistas, periódicos, etc.
- Análisis y toma de decisiones estratégicas con rigor académico.
- Elaboración y redacción de trabajos escritos en formato académico y en lengua inglesa.

Tareas y actividades en un contexto profesional:


- Asunción de roles de empleados, directores, emprendedores y consultores, así como de clientes, proveedores, etc., en el proceso de enseñanza-aprendizaje teórico-práctico.
- Identificación y análisis de soluciones a problemas profesionales en el contexto privado, público y no lucrativo, mediante la realización de casos, actividades o prácticas.

Tareas y actividades en un contexto institucional:

- Contextualización de la resolución de actividades teórico-prácticas, tomando en consideración el impacto de las decisiones sugeridas en la relación con las instituciones y los grupos de interés afectados.

Tareas y actividades en un contexto social:

- Defensa y debate de conceptos básicos de la asignatura y/o de las actividades prácticas realizadas.
- Reuniones en grupo, presenciales y no presenciales.
- Establecer vínculos con el entorno socioeconómico.

PÁGINA 7 / 11	ID. DOCUMENTO u23XhOR6UbPE1mxigWoaVA\$\$		
FIRMADO POR		FECHA FIRMA	
45700477Y JOSÉ LUIS MUÑOZ MOHAMED		19/05/2016 19:23:52	
		ID. FIRMA	
		NzQ5ODk=	

La realización de estas tareas y actividades estará sujeta a las circunstancias en las que se desarrolle la docencia y al grado de aprendizaje de los estudiantes.

Temporalización semanal de tareas y actividades (distribución de tiempos en distintas actividades y en presencialidad - no presencialidad)

WEEK 1

- Introduction to the course. Lecture: 1 hour.
- Chapter 1. The concept of strategy. Lecture: 3 hours.
- Practical Session: 1 hour. It includes case work, news reading and other practical activities.
- Personal work: 5 hours. To gather information, searching for information, case discussion, various course work, tasks, and/or personal study time.

WEEK 2

- Chapter 2. Goals, values, and performance. Lecture: 4 hours.
- Practical Session: 1 hour. It includes case work, news reading and other practical activities.
- Personal work: 5 hours. To gather information, searching for information, case discussion, various course work, tasks, and/or personal study time.

WEEK 3

- Chapter 3. Industry analysis: the fundamentals (environmental analysis). Lecture: 4 hours.
- Practical Session: 1 hour. It includes case work, news reading and other practical activities.
- Personal work: 5 hours. To gather information, searching for information, case discussion, various course work, tasks, and/or personal study time.

WEEKS 4 Y 5

- Chapter 3. Industry analysis: the fundamentals (industry analysis). Lecture: 8 hours.
- Practical Session: 2 hours. It includes case work, news reading and other practical activities.
- Personal work: 10 hours. To gather information, searching for information, case discussion, various course work, tasks, and/or personal study time.

WEEK 6

- Chapter 4. Analyzing resources and capabilities. Lecture: 4 hours.
- Practical Session: 1 hour. It includes case work, news reading and other practical activities.
- Personal work: 5 hours. To gather information, searching for information, case discussion, various course work, tasks, and/or personal study time.

WEEKS 7 Y 8


- Chapter 5. Business strategy and the quest for competitive advantage. Lecture: 8 hours.
- Practical Session: 2 hours. It includes case work, news reading and other practical activities.
- Personal work: 10 hours. To gather information, searching for information, case discussion, various course work, tasks, and/or personal study time.

WEEK 9

- Chapter 6. Technology-based industries and the management of innovation. Lecture: 4 hours.
- Practical Session: 1 hour. It includes case work, news reading and other practical activities.
- Personal work: 5 hours. To gather information, searching for information, case discussion, various course work, tasks, and/or personal study time.

WEEK 10

- Chapter 7. Vertical integration and the scope of the firm. Lecture: 4 hours.
- Practical Session: 1 hour. It includes case work, news reading and other practical activities.
- Personal work: 5 hours. To gather information, searching for information, case discussion,

PÁGINA 8 / 11	ID. DOCUMENTO u23XhOR6UbPE1mxigWoaVA\$\$		
FIRMADO POR		FECHA FIRMA	
45700477Y JOSÉ LUIS MUÑOZ MOHAMED		19/05/2016 19:23:52	
		ID. FIRMA	
		NzQ5ODk=	

various course work, tasks, and/or personal study time.

WEEK 11

- Chapter 8. Global strategy and the multinational corporation. Lecture: 4 hours.
- Practical Session: 1 hour. It includes case work, news reading and other practical activities.
- Personal work: 5 hours. To gather information, searching for information, case discussion, various course work, tasks, and/or personal study time.

WEEK 12

- Chapter 9. Diversification strategy. Lecture: 4 hours.
- Practical Session: 1 hour. It includes case work, news reading and other practical activities.
- Personal work: 5 hours. To gather information, searching for information, case discussion, various course work, tasks, and/or personal study time.

WEEK 13

- Chapter 10. External growth strategies: mergers, acquisitions, and alliances. Lecture: 4 hours.
- Practical Session: 1 hour. It includes case work, news reading and other practical activities.
- Personal work: 5 hours. To gather information, searching for information, case discussion, various course work, tasks, and/or personal study time.

WEEK 14

- Chapter 11. Organization structure and management systems: the fundamentals of strategy implementation. Lecture: 4 hours.
- Practical Session: 1 hour. It includes case work, news reading and other practical activities.
- Personal work: 5 hours. To gather information, searching for information, case discussion, various course work, tasks, and/or personal study time.

WEEK 15

- Re-studying concepts and their integration into strategic planning process. Lecture: 4 hours.
- Practical Session: 1 hour. It includes case work, news reading and other practical activities.
- Personal work: 5 hours. To gather information, searching for information, case discussion, various course work, tasks, and/or personal study time.

Esta temporalización de tareas y actividades estará sujeta a las circunstancias en las que se desarrolle la docencia y al grado de aprendizaje de los estudiantes.

Recursos que tendrá que utilizar adecuadamente en cada uno de los contextos profesionales.


A continuación se relacionan los recursos a utilizar por los alumnos en los contextos profesionales:

- Bibliotecas y hemerotecas.
- Materiales didácticos elaborados por los profesores.
- Recursos bibliográficos electrónicos disponibles en la ULPGC.
- Ordenadores, software e Internet en los laboratorios informáticos de la ULPGC o en los propios de los estudiantes.

Resultados de aprendizaje que tendrá que alcanzar al finalizar las distintas tareas.

Al finalizar esta asignatura, se espera que el alumno sea capaz de:

R1. Formular adecuadamente los elementos estructurales de un plan estratégico, aplicando los diferentes modelos de análisis de entorno general, específico e interno de la empresa. (CGT1,

PÁGINA 9 / 11	ID. DOCUMENTO u23XhOR6UbPE1mxigWoaVA\$\$		
FIRMADO POR		FECHA FIRMA	
45700477Y JOSÉ LUIS MUÑOZ MOHAMED		19/05/2016 19:23:52	
		ID. FIRMA	
		NzQ5ODk=	

CGT2, CE8, CE10, CE11, CEA2, CEA3).

R2. Formular los objetivos y estrategias corporativas y competitivas que orienten la actividad de las áreas operativas y funcionales de la empresa, y permita determinar los riesgos y beneficios de las diferentes opciones estratégicas. (CGT1, CGT2, CGT3, CGT5, CE6, CE8, CE10, CE11, CEA1, CEA4, CEA5).

R3. Desarrollar una visión integradora de la planificación estratégica con otros sistemas y factores organizativos, como los recursos humanos, la cultura o los sistemas de información y saber evaluar con espíritu crítico los posibles problemas y barreras para la implantación con éxito del plan estratégico en la empresa. (CGT1, CGT2, CGT3, CGT5, CE3, CE6, CE8, CE10, CE11, CEA1, CEA5, CEA6).

R4. Saber aplicar y defender en el contexto profesional los conocimientos y técnicas adquiridas de formular la misión y la visión de una empresa, análisis de entorno, evaluación y selección de estrategias adecuadas o elaborar planes estratégicos orientados a mejorar la competitividad y rentabilidad de las empresas. (CN1, CGT1, CGT2, CGT3, CGT4, CGT5, CE6, CE8, CE10, CEA1, CEA2, CEA7).

Plan Tutorial

Atención presencial individualizada

La atención individual personalizada mediante el sistema de tutorías se realizará en el horario previsto para ello en el despacho del profesor, mediante cita previa solicitada con 48 horas de antelación, con el fin de evitar esperas innecesarias a los estudiantes.

La profesora publicará al inicio del semestre su horario de tutorías en el tablón de anuncios de su despacho, en el departamento y en el campus virtual de la asignatura.

Según el Reglamento de Planificación Académica de la ULPGC, se atenderán tutorías durante 40 semanas en el curso académico. De estas, 30 se corresponden con los dos semestres de actividad docente, 3 con la convocatoria ordinaria de asignaturas de primer semestre, 3 con la convocatoria ordinaria de asignaturas de segundo semestre, 3 con la convocatoria extraordinaria, y la semana restante con la primera semana del mes de septiembre del curso que se inicia.

Atención presencial a grupos de trabajo


La atención presencial a grupos de trabajo mediante el sistema de tutorías se realizará en el horario previsto para ello en el despacho de la profesora o, según necesidades, en el seminario o aula comunicado previamente. La profesora dará cita al grupo de estudiantes para este tipo de tutorías dentro del calendario de cuarenta semanas expuesto en el apartado anterior.

Atención telefónica

La atención al estudiante se canalizará principalmente por las tutorías presenciales.

Atención virtual (on-line)

La profesora realizará una atención individualizada al estudiante y/o a los distintos grupos a través de las herramientas disponibles en el Campus Virtual de la ULPGC, evitándose cualquier otro medio electrónico de comunicación. La posibilidad de utilizar este medio quedará limitada si el número de estudiantes durante el semestre impide su uso eficaz.

PÁGINA 10 / 11	ID. DOCUMENTO u23XhOR6UbPE1mxigWoaVA\$\$			
FIRMADO POR		FECHA FIRMA		ID. FIRMA
45700477Y JOSÉ LUIS MUÑOZ MOHAMED		19/05/2016 19:23:52		NzQ5ODk=

Datos identificativos del profesorado que la imparte.

Datos identificativos del profesorado que la imparte

María del Rosario Ramos Ramos (COORDINADOR)
Departamento: 230 - ECONOMÍA Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS
Ámbito: 650 - Organización De Empresas
Área: 650 - Organización De Empresas
Despacho: ECONOMÍA Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS
Teléfono: 928458140 Correo Electrónico: rosario.ramos@ulpgc.es

Bibliografía

[1 Básico] Contemporary strategy analysis: text and cases /


Robert M. Grant.
Wiley ;, [Hoboken] : (2013) - (8th ed.)
978-1-119-94189-7

[2 Recomendado] Strategic management theory: an integrated approach /

Charles W.L. Hill, Gareth R. Jones.
South-Western/Cengage Learning., Mason, OH : (2010) - (9th ed.)
978-0-538-75107-0

[3 Recomendado] Dirección estratégica: conceptos, técnicas y aplicaciones /

Robert M. Grant.
Civitas., Madrid : (2006) - (5ª ed)
8447026582

PÁGINA 11 / 11	ID. DOCUMENTO u23XhOR6UbPE1mxigWoaVA\$\$			
FIRMADO POR		FECHA FIRMA	ID. FIRMA	
45700477Y JOSÉ LUIS MUÑOZ MOHAMED		19/05/2016 19:23:52	NzQ5ODk=	