



Código -Asignatura	58004 – Dirección estratégica		
Curso	1	Créditos	6 ECTS
Bloque Temático	Administración y dirección de empresas	Tipo de asignatura	Obligatoria
Horas presenciales	42 horas	Horas de trabajo autónomo	108 horas

## BREVE DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

La asignatura pretende el desarrollo de habilidades estratégicas básicas en los participantes con el objeto de que puedan reflexionar sobre los problemas reales de las empresas hoteleras y de restauración, establecer criterios de análisis cualitativos y cuantitativos, diseñar soluciones alternativas y tomar decisiones que permitan alcanzar la implantación de soluciones estratégicas.

Integrar y catalizar el conocimiento alcanzado por los participantes durante todo el máster es una de las premisas que marcan el carácter de la asignatura, impulsando al participante a pensar estratégicamente ante situaciones diversas introduciéndolo en una dinámica de creación y captura del valor, así como otros conceptos relacionados para analizar el entorno competitivo de una empresa hotelera y/o de restauración.

Una vez el participante ha adquirido ciertas habilidades estratégicas se le inducirá a que pueda formular estrategias completas y coherentes que den respuesta a los cambios del mercado, la competencia, la tecnología, el entorno sociopolítico y la organización en si misma. Entender la empresa como un sistema holístico en que todas las políticas de la empresa deberán coordinarse e integrarse de manera simultánea e interdependiente.

Se trata de que el alumnado descubra los secretos de hacer que las cosas pasen, por lo que deberá replantear o adecuar la organización, los sistemas de información, los procesos, los sistemas de dirección y los mecanismos de control con el objeto de hacer realidad la estrategia.

El despliegue de objetivos a diferentes niveles para que la estrategia llegue no solo a los niveles más altos de la organización, la incardinación de objetivos departamentales, la elaboración del presupuesto con el fin de facilitar la implantación de la estrategia y la utilización del cuadro de mando integral como sistema más popular para la gestión estratégica serán los contenidos de cierre de la asignatura y del módulo.

## COMPETENCIAS BÁSICAS



CB8- Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.

CB10- Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

### COMPETENCIAS GENÉRICAS

---

CG1- Orientarse al negocio.

CG2- Trabajar en equipo.

CG3- Emprender proyectos innovadores.

### COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

---

CE1- Diseñar e implementar estrategias comerciales que den respuesta a las nuevas oportunidades de negocio emergentes en el sector.

CE6- Definir las políticas necesarias para la consecución de los objetivos derivados del análisis estratégico de la empresa.

### CONTENIDOS TEMÁTICOS

---

1. El pensamiento estratégico.
2. El proceso de decisión estratégico.
3. El análisis previo a la estrategia.
4. Estrategia de empresa.
5. Despliegue, implantación y seguimiento de la estrategia.
6. Implicando a las personas.

### METODOLOGIA DE APRENDIZAJE

---

La actividad formativa consiste en exposiciones teóricas, así como otro tipo de trabajos grupales e individuales.

-Exposiciones teóricas

-Exposiciones de trabajos grupales

-Actividades de aplicación práctica de contenidos siguiendo la metodología del caso.



## SISTEMA DE EVALUACIÓN

La evaluación es el proceso de valoración del grado de logro de los aprendizajes por parte del estudiante en relación a las competencias propias de esta asignatura.

En este sentido, el estudiante podrá optar por ser evaluado de forma continua durante el curso o mediante una evaluación única al final del periodo establecido.

**Evaluación Continuada:** consiste en la valoración del proceso de enseñanza-aprendizaje a partir del seguimiento continuado durante el curso del trabajo que realiza el estudiante y de los aprendizajes que incorpora. Para poder optar a ser evaluado en esta modalidad, hará falta asistir a un mínimo del 80% de las clases presenciales.

**Evaluación Única:** consiste en la valoración de este proceso al final del periodo establecido, para aquellos estudiantes que, por razones justificadas, no han podido asistir regularmente a las clases presenciales. Esta valoración se realiza a partir de las evidencias que esta asignatura tiene asignadas para dicha modalidad.

Sistemas de evaluación	Continua	Única
Trabajos realizados por el estudiante	60 %	40 %
Prueba final escrita	40 %	60 %

### Proceso de revisión y re-evaluación

El estudiante tiene derecho a la revisión de todas las evidencias de evaluación que hayan sido diseñadas para la valoración de su aprendizaje.

En el supuesto de que el estudiante no consiga lograr los objetivos de aprendizaje de la asignatura, para optar a una reevaluación y poder presentar o realizar una nueva evidencia de evaluación, será imprescindible cumplir alguna de las siguientes condiciones:

Tener una calificación igual o superior a 5 de la media de las actividades llevadas a cabo a lo largo del semestre sin tener en cuenta las pruebas finales (sea evaluación continua o única) haberse presentado a la prueba final.

Tener una calificación mínima de “4” de nota final de la asignatura.



La máxima calificación en el caso de la reevaluación que se podrá obtener es un “5” de nota final de la asignatura.

## FUENTES DE INFORMACIÓN BÁSICAS

---

- GODIN, S. (2008): La vaca púrpura. Diferénciate para transformar tu negocio. Barcelona. Ed. Gestión 2000.
- GOLEMAN D. (1992): La práctica de la inteligencia emocional, Ed. Kairos S.A., Barcelona.
- MAYORDOMO, J.L. (2003): Estrategias de éxito en internet. Barcelona. Ed. Gestión 2000.
- PARDO L. Y VALDES T (2003) Decisiones Estratégicas. Ed. Díaz de Santos S.A.
- SEYBOLD, P.B. (2000): Clientes.com: cómo crear una estrategia de negocios rentable para la Internet y el futuro. Barcelona. Ed. Granica.
- KAPLAN R. S.; NORTON D.P. (2003) How to implement a new strategy disrupting your organization. Harvard Business Review Article.
- KAPLAN R. S.; NORTON D.P. (2000) Cómo utilizar el cuadro de mando integral: para implantar y gestionar su estrategia. Ed. Gestión 2000.
- KAPLAN R. S.; NORTON D.P. (2004) Mapas Estratégicos. Ed. Gestión 2000.
- MICHAEL E. PORTER, (2010) Ventaja Competitiva: Creación y sostenimiento de un desarrollo superior, Pirámide
- MICHAEL E. PORTER, (2000) Estrategia Competitiva: Técnicas para el análisis de los sectores Industriales y de la competencia, Grupo editorial Patria