

### Asignatura

#### DIRECCIÓN Y PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA

Curso	Ciclo	Cuatrimestre	Código de la asignatura
2000-2001	2º	Octubre-enero	22315

Créditos	Tipo de asignatura	Horario	Grupo	Profesor/es
4,5	Optativa	Lunes y martes 13:20-14:35	01	A.Rialp

### RESUMEN TEMÁTICO (descripción de la asignatura)

En la **primera parte** de la asignatura se revisarán los conceptos de función directiva, planificación y dirección estratégica como actividades fundamentales de la Dirección General de la organización. En la **segunda parte** se tratarán algunas de las estrategias específicas de rabiosa actualidad para la gestión empresarial (estrategias de innovación, cooperación e internacionalización).

### OBJETIVO

Impartir, ampliar y practicar los conocimientos y las técnicas relativas a la dirección estratégica de la empresa. Igualmente, se busca mejorar las habilidades de comunicación del alumno mediante la preparación y exposición oral en clase de determinadas lecturas, casos prácticos o proyectos relacionados con esta disciplina.

### PROGRAMA-TEMARIO

#### 1ª PARTE: FUNDAMENTOS DE LA DIRECCIÓN ESTRATÉGICA

1. Función directiva como factor de competitividad: Concepto de dirección: Elementos constitutivos. Tareas fundamentales y tareas instrumentales de dirección. Función y competencias directivas. Nuevas orientaciones de la función directiva. Investigaciones empíricas sobre la función directiva.
2. Planificación y control estratégico: La planificación como función directiva. Tipos de planes en las organizaciones. Enfoques generales de la planificación y el control estatégico. La dirección por objetivos (DPO).
3. La dirección estratégica de la empresa: Estrategia empresarial, estrategia y dirección estratégica. Fases del proceso de dirección estratégica: diagnóstico, formulación e implantación de la estrategia. Tipologías de estrategias organizativas. Formación de la estrategia.

## 2ª PARTE: ESTRATEGIAS CONFIGURADORAS DE LA EMPRESA MODERNA

4. Estrategias de innovación tecnológica: El entorno tecnológico y la competitividad de la empresa. Sectores intensivos en tecnología y sectores maduros. La innovación tecnológica: apropiabilidad, incertidumbre y riesgo. Factores que contribuyen al éxito de la innovación tecnológica: experiencia empírica. La protección de la innovación y el papel de los recursos complementarios.
5. Alianzas estratégicas o acuerdos de colaboración entre empresas: Origen de la cooperación interempresarial. Tipología de acuerdos de colaboración. Selección de una estructura concreta para materializar los acuerdos. Aplicaciones empíricas de las alianzas estratégicas: experiencias de colaboración en la empresa española.
6. Dimensión internacional de la función directiva: La economía global. Formas de negocio internacional. La compañía multinacional. Cultura y diversidad cultural. El concepto de “*management across borders*”. El manager global.
7. La estrategia internacional de la empresa: La decisión estratégica de internacionalización. Los modos de entrada en un proceso de internacionalización. Procesos de implantación de la estrategia a nivel internacional.

### (OPCIONAL) REALIZACIÓN DE UN PROYECTO/CASO PRÁCTICO

Alternativamente, el alumno que lo desee puede cursar esta asignatura mediante la elaboración, de manera individual o conjunta (máximo 2 miembros), de un PROYECTO útil para alguna organización existente, o bien de un CASO PRÁCTICO sobre una empresa de su elección. Esta opción eximiría al alumno de su correspondiente presentación a examen.

Dicha actividad deberá entregarse antes del 23/12/00 para proceder a su evaluación definitiva. Asimismo, se dedicará las semanas lectivas del mes de enero-2001 para la presentación en clase de los distintos proyectos o casos prácticos elaborados. Tales presentaciones no podrán exceder de 15-20 minutos.

La actividad a realizar, proyecto o caso práctico, deberá estar relacionada con la toma de decisiones estratégicas en las organizaciones. Sin embargo, la especificidad temática de cada proyecto/caso práctico estará en función de las necesidades y/o condiciones concretas de la empresa analizada. De todos modos, ejemplos genéricos y meramente ilustrativos del alcance o naturaleza de tales trabajos podrían ser:

- la elaboración del plan estratégico a largo plazo y/o la mejora de los sistemas de planificación estratégica;
- el análisis y desarrollo de una estrategia a nivel corporativo, de negocio y/o funcional.
- un plan de empresa/línea de negocio;
- una estrategia de marketing para el lanzamiento de un nuevo producto/servicio (a nivel doméstico y/o internacional);
- la formulación y puesta en práctica de una estrategia de internacionalización;
- el establecimiento de acuerdos de colaboración interorganizativos (licencias, franquicias, joint-ventures, etc.);
- un plan de reestructuración organizativa o refluotamiento empresarial;
- una investigación de mercados, análisis de clientes, de competidores o proyecto de *benchmarking*;
- la planificación estratégica de los RRHH (selección, formación, retribución, valoración del desempeño, etc.);
- la gestión de proyectos de innovación, nuevas tecnologías (e-commerce, e-business o B2B), etc.;
- la implantación del Total Quality Management (TQM) y/o de procesos de mejora continua (certificación normativa ISO 9000, etc.);
- la gestión de proyectos de cambio (cultural) y/o desarrollo organizativo (dirección participativa, trabajo en equipo, etc.);
- y/o cualquier otro proyecto/caso práctico de similares características con un marcado interés estratégico-empresarial.

## **BIBLIOGRAFÍA**

CANALS, J. (1994): La internacionalización de la empresa. McGraw-Hill, Madrid.

ESCORSA, P. (1990): La gestión de la empresa de alta tecnología. Ariel. Barcelona.

FUNDACIÓ EMPRESA I CIÈNCIA (1996): Competir en Europa. Ariel. Barcelona.

GARCÍA, E.; LÓPEZ, C.; RIALP, J. y VALDÉS A. (1998): Las estrategias de cooperación como medio para la internacionalización. Experiencias de las empresas españolas. Centre d'Economia Industrial. Fundació Empresa i Ciència, UAB, Barcelona.

GRANT, R.M. (1996): Dirección Estratégica. Civitas. Madrid.

JARILLO, J.C. y MARTÍNEZ, J. (1991): Estrategia internacional: más allá de la exportación. McGraw-Hill Interamericana. Madrid.

JOHNSON, G. y SCHOLLES, K. (2000): Dirección estratégica. 5ª edición. Prentice Hall, Madrid.

MINTZBERG, H. (1994): The Rise and Fall of Strategic Planning. Prentice-Hall. U.K.

MINTZBERG, H., QUINN, J.B. y GHOSHAL, S. (1999): El proceso estratégico. Edición europea revisada. Prentice Hall Iberia, Madrid

RODRÍGUEZ, J.M. y GARRIDO, S. (1998): Fundamentos de la dirección estratégica. Lecturas. Ed. Pirámide, Madrid.

VECIANA, J. M.<sup>a</sup> (1999): La función directiva. Servei de Publicacions. UAB.

## **EVALUACIÓN**

La evaluación del alumno en esta asignatura se basará en las siguientes pruebas o actividades:

- Para los alumnos que NO escojan realizar el trabajo práctico, se requerirá la preparación y presentación en clase de determinadas lecturas sobre los capítulos 3 a 7 del programa, así como la participación del alumno en la discusión de casos prácticos seleccionados previamente. Será asimismo obligatoria la realización de un examen sobre los contenidos de la asignatura a final del semestre.
- Para los alumnos que SÍ opten por la realización del proyecto o caso práctico, se deberá proceder a la elaboración y, en su caso, presentación en clase del citado trabajo. Asimismo, estos alumnos también podrán, si así lo desean, presentarse al examen de final de semestre.

La superación de esta asignatura implica obtener una calificación final igual o superior a 5 en las distintas actividades sujetas a evaluación. Asimismo, se valorará la asistencia y participación *activa* del alumno en clase y/o en las sesiones de tutoría.

Profesores	Horario tutorías	Despacho	Tfno.
Dr. A. Rialp	Mie/Jue 19:15-20:30	B1-110	93 581 22 68

**JARILLO, J.C. (1988): “On Strategic Networks”, *Strategic Management Journal*, vol. 9, p. 31-41.**

**JOHANSON, J. & VAHLNE, J.A. (1990): “The Mechanism of Internationalisation”, *International Marketing Review*, 7 (4), p. 11-24.**

**THORELLI, H.B. (1986): “Networks: Between Markets and Hierarchies”, *Strategic Management Journal*, vol. 7, p. 37-51.**

**WELCH, L.S. & LOUSTARINEN, R. (1988): “Internationalization: Evolution of a Concept”, *Journal of General Management*, 14 (2), p.?**