

Asignatura

**DIRECCIÓN Y PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA**

Curso	Ciclo	Cuatrimestre	Código de la asignatura
<b>1999-2000</b>	<b>2º</b>	<b>Octubre-enero</b>	<b>22315</b>

Créditos	Tipo de asignatura	Horario	Grupo	Profesor/es
4,5	Optativa	Lunes y martes 13:15-14:30	01	A.Rialp / J.Mª Surís

**RESUMEN TEMÁTICO (descripción de la asignatura)**

En la **primera parte** de la asignatura se revisarán brevemente los conceptos de estrategia y planificación estratégica como actividades fundamentales de la Dirección General de la empresa. En la **segunda parte** se tratarán algunas de las estrategias específicas de rigurosa actualidad para la gestión empresarial (estrategias de innovación, cooperación e internacionalización). Finalmente, en la **tercera parte** se deberá realizar, por parte del alumno, un proyecto empresarial concreto bajo la tutoría de un profesor de la asignatura.

**OBJETIVO**

Impartir, ampliar y practicar los conocimientos y las técnicas relativas a la dirección estratégica de la empresa innovadora y/o global con el fin de que el participante –dirigente y/o dirigido- se involucre eficazmente en los procesos de dirección y administración de la misma.

**PROGRAMA-TEMARIO**

**1ª PARTE: CUESTIONES GENERALES SOBRE LA ESTRATEGIA**

1. La dirección estratégica de la empresa: Estrategia y dirección estratégica. Fases de la estrategia empresarial: formulación e implantación. Tipos de estrategias organizativas.
2. Planificación estratégica: La planificación como función directiva. Tipos de planes en las organizaciones. Enfoques generales de la planificación y el control estratégico. La dirección por objetivos (DPO).

**2ª PARTE: ESTRATEGIAS O POLÍTICAS ESPECÍFICAS CONFIGURADORAS DE LA EMPRESA**

3. 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.

4. 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”.
5. 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. Política industrial e internacionalización empresarial.
6. 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. El enfoque de redes. Aplicaciones empíricas de las alianzas estratégicas: experiencias de colaboración en el marco de la internacionalización de la empresa española.

### **3ª PARTE: REALIZACIÓN DE UN PROYECTO CONCRETO**

A lo largo del desarrollo de esta asignatura el alumno deberá realizar, de manera *individual o conjunta* (máximo 2 miembros), un determinado proyecto o trabajo práctico PARA una compañía u organización existente, de su conveniencia.

Dicha actividad deberá entregarse a finales del mes de diciembre para proceder a su evaluación definitiva. Asimismo, se dedicará la primera semana lectiva del mes de enero para la presentación en clase de algunos de trabajos que serían previamente seleccionados. Tales presentaciones no podrán exceder de 15-20 minutos.

Durante la elaboración del proyecto, el alumno/s estará asesorado por un profesor de la asignatura o del departamento. Igualmente, se designará un tutor o interlocutor válido en la empresa que avale la adecuación y utilidad del proyecto para los objetivos generales de su organización y/o del departamento en cuestión. Dicho profesor, en conjunción con el tutor, seguirán de cerca los progresos del alumno/s a lo largo de la realización del proyecto.

Finalmente señalar que, la actividad a realizar no deberá estar relacionada necesariamente con el temario desarrollado en clase. La especificidad de cada proyecto estará en función de las necesidades concretas de la empresa. De todos modos, ejemplos genéricos y/o meramente ilustrativos del alcance o naturaleza de tales proyectos podrían ser:

- la elaboración del plan estratégico a largo plazo y/o la mejora de los sistemas de planificación estratégica;
- 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 o reflotamiento;
- una investigación de mercados o análisis de clientes (orientación al mercado);
- una salida al mercado bursátil;
- un análisis 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 y/o de las relaciones de la empresa con centros tecnológicos y universidades;
- 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 de similares características con un marcado interés empresarial.

## **BIBLIOGRAFÍA**

- CANALS, J. (1994): La internacionalización de la empresa. McGraw-Hill, Madrid.
- ESCORSÀ, 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.
- GENESCÀ, E. (1995): “Estrategia de cooperación y competitividad”, en Cuervo, A. (director): Dirección de empresas de los noventa. Civitas. Madrid, p. 439-455.
- 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.
- MINTZBERG, H. (1994): The Rise and Fall of Strategic Planning. Prentice-Hall. U.K.
- PORTRER, M.E. (1988): “La competencia en industrias globales: un marco conceptual”, *Información Comercial Española*, junio, p. 71-100.
- RODRÍGUEZ, J.M. y GARRIDO, S. (1998): Fundamentos de la dirección estratégica. Lecturas. Ed. Pirámide, Madrid.
- VECIANA, J.M<sup>a</sup> (1987): “Estratègia de reconversió d'empreses”, *Revista Económica de Catalunya*, nº 4.
- 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:

- Un examen teórico a final del semestre.
- La realización del proyecto práctico descrito anteriormente.

La superación de esta asignatura implica obtener una cualificación satisfactoria (esto es, como mínimo superior a 5) en cada una de estas actividades. Asimismo, el alumno verá convenientemente recompensada su asistencia y participación *activa* en clase y/o en las sesiones de tutoría.

Profesores	Horario tutorías	Despacho	Tfno.
Dr. A. Rialp	Lunes/viernes 9-10:30	B1-110	93-581-22.68
Dr. J.M <sup>a</sup> . Surís	Jueves 10:30-11:30	B1-127	93-581.32.57