

Asignatura

DIRECCIÓN Y PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA

Curso	Ciclo	Cuatrimestre	Código de la asignatura
2001-02	2º	1º/2º	22315

Créditos	Tipo de asignatura	Horario	Grupo	Profesor/es
4,5	Optativa	Lunes y miércoles: 9:05-10:20	01	E. Genescà (2º sem)
4,5	Optativa	Lunes y martes 15:05-16:20	51	A.Rialp (1er sem.)

RESUMEN TEMÁTICO (descripción de la asignatura)

En la **primera parte** de la asignatura se revisa el paradigma de la dirección estratégica y la gestión de intangibles y del conocimiento como actividades fundamentales de la Dirección General de la organización. En la **segunda parte** se tratarán las estrategias específicas de mayor actualidad para la gestión empresarial (estrategias de internacionalización, cooperación y *e-business*). Finalmente, se establece la influencia del ajuste organizativo en el éxito de la estrategia empresarial en la **tercera parte** de la asignatura.

OBJETIVOS

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

PROGRAMA-TEMARIO

PARTE I. DIRECCIÓN ESTRATÉGICA: TEMÁTICAS GENERALES

1. La dirección estratégica de la empresa: Evolución de los sistemas de dirección de la empresa.- Elementos básicos de la estrategia empresarial.- El proceso de dirección estratégica. Enfoques del pensamiento estratégico.
2. Recursos y capacidades, activos intangibles y gestión del conocimiento en las organizaciones: Aproximaciones básicas en la búsqueda de ventajas competitivas: posicionamiento estratégico y teoría de los recursos y capacidades.- Tipos de estrategias competitivas.- Gestión de intangibles/capital intelectual: valoración y problemática.- Los recursos humanos como intangible estratégico.- Aprendizaje organizativo y gestión del conocimiento.

PARTE II. ESTRATEGIAS EMPRESARIALES EN UN CONTEXTO GLOBAL: POLÍTICAS ESPECÍFICAS

3. La estrategia de internacionalización empresarial: Dimensión internacional de la función directiva.- La decisión estratégica de internacionalización.- Procesos de implantación de la estrategia internacional de la empresa.
4. Alianzas estratégicas o acuerdos de colaboración entre empresas: La cooperación interempresarial: orígenes, ventajas e inconvenientes.- Proceso de creación de una estrategia de colaboración.- Tipología de acuerdos de colaboración.- El enfoque de redes interorganizativas (*networks*).- Las estrategias de cooperación como medio de internacionalización: experiencias de las empresas españolas.
5. La estrategia empresarial en el marco de la Nueva Economía: Tecnologías de la Información y la Comunicación (TICs): convergencia tecnológica y empresarial.- Nuevas tecnologías y ventaja competitiva.- *E-business*: un enfoque estratégico.- Modelos de negocio en la era del conocimiento: (B2B, B2C,...).- Estrategias en Internet para negocios tradicionales.

PARTE III. PERSPECTIVAS RECIENTES DEL AJUSTE ESTRATÉGICO-ESTRUCTURAL

6. El encaje estrategia-estructura en nuevos contextos: Naturaleza contingente del ajuste organizativo y estratégico.- Nuevos diseños organizativos para la gestión del conocimiento: organización federal, en red, lateral, virtual, etc. – Modelos organizativos para empresas internacionalizadas.

(OPCIONAL) REALIZACIÓN DE UN PROYECTO PRÁCTICO

El alumno que lo desee puede elaborar, de manera individual o conjunta (máximo 2 miembros), un PROYECTO PRÁCTICO de asesoramiento o consultoría estratégica útil para alguna organización real de su elección. Dicha actividad deberá entregarse tres semanas antes de finalizar la actividad lectiva para proceder a su evaluación. Asimismo, se dedicarán las últimas semanas lectivas del curso para la presentación en clase de los distintos proyectos elaborados.

El proyecto a realizar deberá estar relacionado con la toma de decisiones estratégicas en las organizaciones. Sin embargo, la especificidad temática de cada proyecto 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;
- un plan de de negocio (inclusive de Internet);
- El análisis y desarrollo de una estrategia de diversificación;
- 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 o plan de internacionalización;
- el establecimiento de acuerdos de colaboración interorganizativos (licencias, franquicias, joint-ventures, etc.);
- un plan de reestructuración organizativa o de reflotamiento empresarial;
- una investigación de mercados, análisis de clientes, de competidores o proyecto de *benchmarking*;
- 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 (DPPO, trabajo en equipo, etc.);
- y/o cualquier otro proyecto práctico de similares características con un marcado interés estratégico-empresarial.

BIBLIOGRAFÍA

- CANALS, J. (1994): *La internacionalización de la empresa*. McGraw-Hill, Madrid.
- CUERVO, A. (dir.) (1995): *Dirección de empresas de los noventa*. Civitas, Madrid.
- DEL ÁGUILA, A.R. y PADILLA, A. (2001): *E-business y comercio electrónico: un enfoque estratégico*. Ra-Ma Editorial, Madrid.
- DURÁN, J.J. (2001): *Estrategia y economía de la empresa multinacional*. Pirámide, Madrid.
- 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.
- GENESCÁ, E. (coord.) (2000): *Direcció estratègica i política d'empresa a l'entorn global*. Col·lecció Manuals 45, Edicions de la Universitat Oberta de Catalunya, Barcelona.
- GRANT, R.M. (2001): *Contemporary Strategy Analysis. Concepts, Techniques, Applications*. (4ª ed.). Blackwell Publishers, Malden, MA. (Edición anterior en castellano: GRANT, R.M. (1996): *Dirección Estratégica. Conceptos, técnicas y aplicaciones*. Civitas, Madrid).
- HODGE, B.J.; ANTHONY, W.P. y GALES, L.M. (1998): *Teoría de la organización: Un enfoque estratégico*. Prentice-Hall, Madrid.
- JARILLO, J.C. y MARTÍNEZ, J. (1991): *Estrategia internacional: más allá de la exportación*. McGraw-Hill Interamericana. Madrid.
- JOHNSON, G. y SCHOLES, K. (2000): *Dirección estratégica*. (5ª ed.). Prentice Hall, Madrid.
- MINTZBERG, H.; AHLSTRAND, B. y LAMPEL, J. (1999): *Safari a la estrategia*. Granica, Buenos Aires.
- MINTZBERG, H., QUINN, J.B. y GHOSHAL, S. (1999): *El proceso estratégico*. (Edición europea revisada). Prentice Hall Iberia, Madrid.
- NONAKA, I. y TAKEUCHI, H. (1995): *The Knowledge Creating Company*. Oxford University Press, N.Y.
- RODRÍGUEZ, J. y ESCOBAR, M. (2000): *La sociedad de la información. Introducción a la convergencia tecnológica y empresarial*. Monografías del Observatorio, 1, F2i – Fundació Indústries de la Informació, Sabadell (Barcelona).
- RODRÍGUEZ, J.M. y GARRIDO, S. (1998): *Fundamentos de la dirección estratégica. Lecturas*. Pirámide, Madrid.
- STARKEY, K. (1996): *How Organizations Learn*. International Thompson, London.
- THOMPSON, A.A. y STRICKLAND, A.J. (2001): *Crafting and Executing Strategy. Text and Readings*. (12ª ed.). McGraw-Hill, N.Y.
- VECIANA, J. M.^a (1999): *Función directiva*. Servei de Publicacions UAB, Bellaterra (Barcelona).

EVALUACIÓN

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

- Para todos los alumnos, se requerirá la preparación y presentación en clase de determinadas lecturas sobre los capítulos del programa, así como la participación del alumno en la discusión de casos prácticos seleccionados al efecto. Será asimismo obligatoria la realización de un examen sobre los contenidos de la asignatura a final del cuatrimestre.
- Para los alumnos que opten por la realización del proyecto práctico, se deberá, además de lo anterior, proceder a la elaboración y exposición en clase del citado trabajo. Dicho proyecto, en caso de estar satisfactoriamente desarrollado, redundará significativamente en la calificación final del alumno.

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 <i>activa</i> del alumno en clase y/o en las sesiones de tutoría.

Profesor	Horario tutorías	Despacho	Tfno./ e-mail
Dr. E. Genescà (2º semestre)	Lu 10:30-12:00 Mi 10:30-12:00	B1-120	93-581.12.04 Enric.Genesca@uab.es
Dr. A. Rialp (1er semestre)	Lu 18:00-19:30/ Ma 19:15-20:45	B1-110	93-581.22.68 Alex.Rialp@uab.es