

Asignatura

DIRECCIÓN Y PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA

Curso	Ciclo	Cuatrimestre	Código de la asignatura
2003-04	2º	1º/2º	22315

Créditos	Tipo de asignatura	Horario	Grupo	Profesor/es
4,5	Optativa (ADE)	Lunes y miércoles: 9:05-10:20	01	E. Genescà (2º sem)
4,5	Optativa (ADE)	Lunes 15:05-16:20 Miércoles 19:20-20:35	51	E. Genescà (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 estrategias en contextos específicos y 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 pretende mejorar las habilidades y competencias del alumno mediante la preparación y exposición oral de determinadas lecturas, casos prácticos o la realización y presentación de proyectos prácticos en grupos, 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.- Nuevos 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.

REALIZACIÓN DE UN TRABAJO PRÁCTICO (INFORME EJECUTIVO)

Los alumnos deberán elaborar, en equipos de hasta 4 miembros, un proyecto práctico en forma de INFORME EJECUTIVO 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 para la exposición en clase de algunos de los proyectos elaborados.

El informe a realizar deberá estar relacionado con la toma de decisiones estratégicas en las organizaciones. Sin embargo, la especificidad temática de cada trabajo 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 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.
- GARCÍA, M. y VÁZQUEZ, C.J. (Directores) (2002): *Estrategias y operaciones empresariales en los nuevos mercados. 20 casos a estudio*. Civitas, Madrid.
- 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*. (4^a ed.). Blackwell, Malden, MA. (Edición 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*. (5^a ed.). Prentice Hall, Madrid.
- KUBR, M. (1994): *La consultoría de empresas*. (2^a ed. revisada). OIT, Ginebra.
- 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*. (12^a ed.). McGrawHill, 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 y actividades:

- Se requerirá la preparación y presentación oral en clase de determinadas lecturas sobre los diferentes capítulos del programa, así como la participación del alumno en la discusión de casos prácticos seleccionados al efecto.
- Asimismo, será obligatoria la realización en grupos de un trabajo práctico sobre asesoramiento o consultoría estratégica para una empresa real, algunos de los cuales se seleccionarán para su posterior presentación oral en clase.
- Finalmente, los alumnos deberán superar una prueba escrita sobre los contenidos de la asignatura a final del cuatrimestre.

PROFESORES Y HORARIOS DE TUTORÍAS

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.Genesc@uab.es
Dr. E. Genescà (1er semestre)	Lu 16:30-18:00 Mi 17:30-19:00	B1-120	93-581 12 04 Enric.Genesc@uab.es