11-12

GUÍA DE ESTUDIO DE LDI

DIRECCION ESTRATEGICA

CÓDIGO 01424051

UNED

11-12

DIRECCION ESTRATEGICA

CÓDIGO 01424051

ÍNDICE

OBJETIVOS
CONTENIDOS
EQUIPO DOCENTE
BIBLIOGRAFÍA BÁSICA
BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA
SISTEMA DE EVALUACIÓN
HORARIO DE ATENCIÓN AL ESTUDIANTE
IGUALDAD DE GÉNERO

OBJETIVOS

El contenido del programa tiene como objetivo fundamental la descripción del proceso estratégico y más concretamente la capacitación del alumno para la identificación de los factores relevantes y posterior análisis de los mismos con vistas a la fijación de las estrategias a llevar a cabo en las tareas de dirección de empresas e instituciones.
Al final del curso el alumno deberá ser capaz de organizar un modelo o plan que integre los objetivos de la organización vertebrados en torno a una estrategia general. Deberá ser capaz de fijar metas u objetivos, políticas que guíen las actuaciones y secuencias de acción o programas que permitan alcanzar las metas.
Una adecuada búsqueda e identificación de las fortalezas y debilidades (análisis interno) y de las oportunidades y amenazas que presenta el entorno (análisis externo) serán las bases sobre las que se asiente la estrategia elegida de entre las posibles. Así el análisis del medio en el que se opera, de los recursos y necesidades, y el conocimiento de los diferentes tipos de estrategias constituyen los tópicos a estudiar en el presente curso.

CONTENIDOS

1. TEMA 1. EL CONCEPTO DE ESTRATEGIA
2. 1.1. Introducción
3. 1.2. Algunos elementos para encuadrar el concepto de estrategia
4. 1.3. La estrategia en la literatura académica
5. 1.4. Estrategia y diferenciación
6. 1.5. Estrategia y competencia
7. 1.6. El ajedrez y la estrategia
1. TEMA 2. UN MARCO PARA EL ANÁLISIS DE LA ESTRATEGIA
2. 2.1. La planificación de la estrategia
3. 2.2. El proceso estratégico
4. 2.3. Metodología de análisis
1. TEMA 3. EL ANÁLISIS DEL ENTORNO SECTORIAL
2. 3.1. Las estrategias y el entorno
3. 3.2. La estructura de los sectores
4. 3.3. El entorno y escenarios
5. 3.4. Técnicas y herramientas de predicción
1. TEMA 4. EL ANÁLISIS DE LOS RECURSOS Y CAPACIDADES
2. 4.1. Las funciones de la dirección y las áreas funcionales
3. 4.2. La estructura económica de la organización
4. 4.3. La identificación de fortaleza y debilidades
5. 4.4. El perfil competitivo
6. 4.5. Entorno y recursos
7. 4.6. Técnicas y herramientas de predicción
8. 4.7. Los sistemas ERP
9. 4.8. Gestión del conocimiento y capital intelectual
10. 4.9. CRM

1. TEMA5. FORMULACIÓN DE LA ESTRATEGIA
2. 5.1. Introducción
3. 5.2. Tipología de estrategias
4. 5.3. Las estrategias de diversificación
5. 5.4. Clasificación según los movimientos estratégicos
6. 5.5. Las estrategias relacionales
7. 5.6. Valor, capacidad y seguridad
8. 5.7. El efecto experiencia

TEMA 6. LA IMPLEMENTACIÓN DE LA ESTRATEGIA

6.1. Introducción
6.2. La planificación estratégica
6.3. La implantación o implementación de la estrategia
6.4. Planificación integral de los negocios
6.5. El proceso de planificación integrada
6.6. La planificación estratégica como proceso económico, político y burocrático
6.7. El cambio estratégico
6.8. Estrategia y estructura
6.9. Seguimiento y evaluación de la estrategia

EQUIPO DOCENTE

Nombre y Apellidos	GREGORIO ESCALERA IZQUIERDO
Correo Electrónico	gescalera@cee.uned.es
Teléfono	91398-9232
Facultad	FAC.CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
Departamento	ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

ISBN(13):9788448146498
Título:DIRECCIÓN ESTRATÉGICA (2ª)
Autor/es:
Editorial:MC GRAW HILL

El examen, consta única y exclusivamente de una prueba tipo test.
El test es de 10 preguntas y su información se encuentra en el libro DIRECCIÓN ESTRATÉGICA. Santiago Garrido Buj. Editorial: Mc Graw Hill. 2006. Segunda edición.

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

ISBN(13):9788436242928
Título:DIRECCIÓN ESTRATÉGICA PARA LAS ONG
Autor/es:
Editorial:U.N.E.D.

ISBN(13):9788483220504
Título:EL PROCESO ESTRATÉGICO
Autor/es:
Editorial:PRENTICE-HALL

FRED R. DAVID: *Conceptos de administración Estratégica.* Prentice Hall 5.ª ed.

IGOR ANSOFF y EDWAR McDONELL: *Implanting Strategic Management*. Prentice Hall 2.ª ed. 1990.

MINTZBERG, y otros: *El Proceso estratégico* (edición europea revisada). Prentice Hall, 1999.

THOMPSON &STRICKLAND: *Strategic Management: Concepts and Cases.* McGraw-Hill, 9.ª ed.

GRANT, R. M.: *Dirección Estratégica: conceptos, técnicas y aplicaciones.* Ed. Civitas, Madris, 1996.

SISTEMA DE EVALUACIÓN

No existen.
TRABAJOS
No existe la obligatoriedad
PRUEBAS PRESENCIALES
Consistirán única y exclusivamente en un test de 10 preguntas que es preciso superar (obtener 5 puntos).
Las preguntas del test se evalúan sobre un máximo de 10 aciertos (10 puntos)
Cada pregunta acertada puntúa 1 punto, penalizándose cada error con 0,5 puntos y no contabilizándose las respuestas en blanco.
Examen tipo test, de 10 preguntas y su información se encuentra en el libro DIRECCIÓN ESTRATÉGICA. Santiago Garrido Buj. Editorial: Mc Graw Hill. 2006. Segunda edición.
INFORMES DEL PROFESOR-TUTOR
Se valorarán en cada caso de acuerdo con la importancia de los mismos y el acuerdo previo con cada uno de ellos. En cualquier caso solamente servirán para mejorar la nota y nunca para rebajarla.

HORARIO DE ATENCIÓN AL ESTUDIANTE

Profesor **Gregorio Escalera Izquierdo**
Servicio telefónico de consultas académicas: VIERNES lectivos de 16 a 20 h.
Tel: 91 398 63 83
En otros horarios las consultas deberán realizarse a través de:
Nº de fax: 91 398 63 44
Correo electrónico: gasignaturas@cee.uned.es
Correo ordinario:
Fac. Económicas y Empresariales
Dpto. Organización de Empresas
Profesor: Gregorio Escalera Izquierdo
Despacho: 1.36
Paseo Senda del Rey, 11
28040 MADRID

IGUALDAD DE GÉNERO

En coherencia con el valor asumido de la igualdad de género, todas las denominaciones que en esta Guía hacen referencia a órganos de gobierno unipersonales, de representación, o miembros de la comunidad universitaria y se efectúan en género masculino, cuando no se hayan sustituido por términos genéricos, se entenderán hechas indistintamente en género femenino o masculino, según el sexo del titular que los desempeñe.