



---

---

**GUÍA DOCENTE:**

**ESTRATEGIA Y ORGANIZACIÓN**

**Máster Universitario en Dirección de  
Operaciones**

**Universidad Católica de Valencia  
San Vicente Mártir**

---

---



## GUÍA DOCENTE DE LA MATERIA Y/O ASIGNATURA

		ECTS
<b>ASIGNATURA:</b> Estrategia y Organización		3
<b>Módulo:</b> GESTIÓN DE EMPRESAS		15
<b>Tipo de Formación:</b> OB	<b>Semestre:</b> 1 <sup>o</sup>	
<b>Profesorado:</b> David Servera (coordinador)	<b>Departamento:</b> Inede	
	<b>E-mail:</b> inede@ucv.es	

### ORGANIZACIÓN DEL MÓDULO

---

GESTIÓN DE EMPRESAS (15 ECTS)	Estrategia y Organización	OB	3
	Desarrollo Personal y Capital Humano	OB	3
	Dirección Comercial y Marketing	OB	3
	Dirección Financiera y control de Gestión	OB	6

**Materias y Asignaturas**

MODULO	MATERIA/ASIGNATURA	CARACTER	ECTS
GESTIÓN DE EMPRESAS	Estrategia y organización	OB	3
	Desarrollo personal y capital humano	OB	3
	Dirección comercial y marketing	OB	3
	Dirección financiera y control de gestión	OB	6
DIRECCIÓN Y GESTIÓN DE OPERACIONES	Planificación y organización en planta	OB	3
	Logística y gestión de la cadena de suministro	OB	6
	Planificación y programación de la producción	OB	6
SISTEMAS AVANZADOS DE COMPETITIVIDAD	Lean Manufacturing	OB	6
	Sistemas integrados de información	OB	3



	Control de calidad y técnicas six sigma	OB	3
DIRECCIÓN Y GESTIÓN DE PROYECTOS	Project Management	OB	3
	Innovación y gestión del conocimiento	OB	3
PRÁCTICAS EXTERNAS	Prácticas Externas e inserción profesional	PE	6
TRABAJO FINAL DE MASTER	Trabajo Fin de Master	TFM	6
<b>TOTAL ECTS</b>			<b>60</b>

## GUÍA DOCENTE MATERIA/ASIGNATURA

**Requisitos previos:** No se consideran.

### OBJETIVOS GENERALES

El objetivo general de este módulo consiste en sentar en el alumno las bases del pensamiento estratégico que deberán regir a lo largo de su trayectoria como profesional o directivo de organizaciones, como factor relevante para el proceso de toma de decisiones en un entorno económico y empresarial cada vez más turbulento donde la velocidad de los cambios en el mismo es cada vez mayor.

Los objetivos generales:

- a. Comprender la problemática general y las decisiones que corresponden a la dirección estratégica de una organización.
- b. Manejar las herramientas básicas utilizadas para la formulación de estrategias y para su implantación.
- c. Desarrollar capacidad de crítica, analítica y creativa para la toma de decisiones en lo que respecta a la dirección estratégica, considerando las interrelaciones profundas entre las diversas áreas funcionales de la empresa.



d. Desarrollar competencias de comunicación, trabajo en equipo y empatía.

De igual modo, en el módulo se pretende dotar a los alumnos de los conocimientos básicos del funcionamiento del entorno económico, nacional e internacional, en el que se desenvuelve la empresa, e iniciar al estudiante en el manejo de los instrumentos de análisis. Los contenidos se centran en el estudio del crecimiento económico y de sus factores determinantes, que proporciona la perspectiva necesaria para abordar tanto el análisis de la estructura productiva y de las instituciones que configuran la organización económica de España como de sus relaciones exteriores.



COMPETENCIAS BÁSICAS (MECES)	Ponderación de la competencia			
	1	2	3	4
CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación.		x		
CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.		x		

COMPETENCIAS GENERALES	Ponderación de la competencia			
	1	2	3	4
CG1. - Capacidad de resolución de problemas relacionados con la gestión y administración de una empresa entendiendo su ubicación competitiva e institucional y ser capaz de elaborar la estrategia corporativa y de negocios.		x		
CG2. - Capacidad de análisis y de síntesis, integrando información y conocimiento procedente de distintas áreas funcionales y entornos competitivos para emitir informes de asesoramiento sobre situaciones concretas de empresas dedicadas a actividades industriales				x
CG3. - Ser capaz de liderar la transformación de una empresa industrial local en una organización de base global, adaptándose a nuevas situaciones				x
CG5. - Ser capaz de integrar y encontrar el ajuste necesario entre la estrategia definida para una organización, con los sistemas de gestión de la información y el conocimiento de mercados globales, los mecanismos de comercialización en entornos multiculturales, y las políticas de recursos humanos en empresas de base global.		x		

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS	Ponderación de la competencia			
	1	2	3	4
CE1 - Capacidad de análisis de modelos organizativos y de negocio complejos orientado a la mejora de procesos empresariales que los conforman				x
CE2 - Ser capaz de desarrollar habilidades para el liderazgo, motivación y dirección de equipos trabajo en entornos competitivos		x		
CE3 - Ser capaz de analizar y diagnosticar la relación de una organización con sus mercados, actuales y potenciales, en particular en contextos industriales complejos, así como de diseñar la política de marketing estratégico que optimice la relación de la organización con su entorno			x	
CE4 - Ser capaz de analizar la situación económico financiera de una empresa al objeto de facilitar la toma de decisiones empresariales, la correcta planificación financiera tanto a corto como a largo plazo y el empleo de los principales sistemas de control de la gestión presentes en el mercado, así como de entender sus características y problemática de implantación al objeto de poder decidir cuáles de estos sistemas son más adecuados para cada situación				x



RESULTADOS DE APRENDIZAJE	COMPETENCIAS
<ul style="list-style-type: none"><li>• Proponer, analizar, validar, interpretar, y seleccionar la estrategia de gestión más adecuada para el entorno donde opera la empresa.</li></ul>	<b>CB6, CB7, CG1, CG2, CG3, CG5, CE1, CE2, CE3, CE4</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Establecer un plan de marketing que contemple la coyuntura del mercado seleccionado.</li></ul>	<b>CB6, CB7, CG1, CG2, CG3, CG5, CE1, CE2, CE3, CE4</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Implementar mecanismos de control y gestión económica financieros que monitoricen las decisiones adoptadas en el conjunto de la empresa.</li></ul>	<b>CB6, CB7, CG1, CG2, CG3, CG5, CE1, CE2, CE3, CE4</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Trabajar en equipo y desarrollar habilidades para la integración y el liderazgo de grupos de alto rendimiento</li></ul>	<b>CB6, CB7, CG1, CG2, CG3, CG5, CE1, CE2, CE3, CE4</b>

### METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE

Las clases presenciales expositivas se centrarán en explicar los contenidos más complejos, con apoyo de pizarra, ordenador y cañón, promoviendo la interacción con el alumno. Para el seguimiento y comprensión de la teoría es muy recomendable utilizar el manual básico recomendado y el material disponible en la plataforma UCV.

Las clases prácticas servirán para la aplicación de los conocimientos adquiridos mediante las herramientas adecuadas y se programarán de forma que el alumno pueda prepararlas con antelación. Se analizarán casos prácticos de empresas, tanto individualmente como en grupo. Se potenciará que los alumnos aprendan a buscar información relevante en distintas fuentes. El alumno de forma autónoma realizará las prácticas, lecturas, estudio de casos y las búsquedas de información y comentario de noticias de prensa.


**ACTIVIDADES FORMATIVAS**

<b>ACTIVIDADES FORMATIVAS DE <u>TRABAJO PRESENCIAL</u></b>			
<b>ACTIVIDAD</b>	<b>Metodología de Enseñanza-Aprendizaje</b>	<b>Relación con Competencias del Módulo</b>	<b>33,33%</b>
CLASE PRESENCIAL	Exposición de contenidos por parte del profesor, análisis de competencias, explicación y demostración de capacidades, habilidades y conocimientos en el aula.		<b>16,75%</b>
CLASES PRÁCTICAS	Sesiones de trabajo grupal supervisadas por el profesor. Estudio de casos económicos-empresariales tanto verídicos como ficticios Construcción significativa del conocimiento a través de la interacción y actividad del alumno. Análisis crítico sobre valores y compromiso social		<b>7%</b>
SEMINARIO	Sesiones monográficas supervisadas con participación compartida		<b>1%</b>
EXPOSICIÓN TRABAJOS GRUPO	Aplicación de conocimientos interdisciplinares		<b>5,5%</b>
TUTORÍA	Atención personalizada y en pequeño grupo. Periodo de instrucción y/o orientación realizado por un tutor con el objetivo de revisar y discutir los materiales y temas presentados en las clases, seminarios, lecturas, realización de trabajos, etc.		<b>0,5%</b>
EVALUACIÓN	Conjunto de pruebas orales y/o escritas empleadas en la evaluación inicial, formativa o aditiva del alumno.		<b>2,75%</b>





<b>ACTIVIDADES FORMATIVAS DE <u>TRABAJO AUTÓNOMO</u></b>			
<b>ACTIVIDAD</b>	<b>Metodología de Enseñanza-Aprendizaje</b>	<b>Relación con Competencias del Módulo</b>	<b>66,5%</b>
TRABAJO EN GRUPO	Preparación en grupo de lecturas, ensayos, resolución de problemas, seminarios, trabajos, memorias, etc. para exponer o entregar en las clases teóricas, clases prácticas y/o tutorías de pequeño grupo. Trabajo realizado en la plataforma de la universidad ( <a href="http://www.plataforma.ucv.es">www.plataforma.ucv.es</a> )	G1; G2 y G3 T2 y T4 E1 a E9	<b>25%</b>
TRABAJO AUTÓNOMO	Estudio del alumno: Preparación individual de lecturas, ensayos, resolución de problemas, seminarios, trabajos, memorias, etc. para exponer o entregar en las clases teóricas, clases prácticas y/o tutorías de pequeño grupo. Trabajo realizado en la plataforma de la universidad ( <a href="http://www.plataforma.ucv.es">www.plataforma.ucv.es</a> )	G1; G2 y G4 T1 a T4 E1 a E9	<b>41,5%</b>
<b>TOTAL</b>			<b>100%</b>



## SISTEMA DE EVALUACIÓN DE LA ADQUISICIÓN DE LAS COMPETENCIAS Y SISTEMA DE CALIFICACIONES

Instrumento de evaluación <sup>1</sup>	RESULTADOS DE APRENDIZAJE EVALUADOS	Porcentaje otorgado
<b>Asistencia y participación activa</b>	Todos	<b>10%</b>
<b>Prueba Final</b>	Todos	<b>90%</b>

Según se describe en la tabla anterior el Sistema de Evaluación utiliza dos variables. Por una parte, el alumno realizará una prueba final que supone el 90% de la nota final. Adicionalmente, la asistencia y participación activa en las reflexiones y discusiones técnicas también es objeto de evaluación, así como la participación en las dinámicas de grupo realizadas a lo largo del semestre (10% de la nota).

### **Criterio de concesión de las Matrículas de Honor:**

El profesor tendrá libertad para conceder o no Matrícula de Honor a alguno de los alumnos que han obtenido un sobresaliente. Este criterio de concesión de Matrículas de Honor se atenderá, en todo caso, al criterio general de la UCV, según el cual sólo podrá concederse una matrícula de honor por cada 20 alumnos (o fracción para grupos de menos de 20 alumnos).

## DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS

Organización en bloques de contenido o agrupaciones temáticas. Desarrollo de los contenidos en Guías didácticas.
Introducción a la Dirección Estratégica.
Formulación de la estrategia Planificación, decisiones e implantación.
Plan de Negocio. Modelos de Negocio.

<sup>1</sup>Técnicas e instrumentos de evaluación: examen-exposición oral, pruebas escritas (pruebas objetivas, de desarrollo, mapas conceptuales...), trabajos dirigidos, proyectos, estudio de casos, cuadernos de observación, portafolio, etc.



Plan de Negocio. Herramientas y desarrollo del Business plan.

## BIBLIOGRAFÍA

### **Bibliografía básica**

- NAVAS, José Emilio, y Luis Angel GUERRAS (2012): Fundamentos de dirección Estratégica de la empresa., Editorial Civitas.

### **Bibliografía complementaria:**

- DESS, G. y G. LUMPKIN (2003): Dirección Estratégica, Ed. McGraw Hill.
- GRANT, Robert. M. (2006): Dirección Estratégica. Conceptos, técnicas y aplicaciones. (5ª Edición), Editorial Civitas.
- JOHNSON, Gerry, Kevan SCHOLLES y Richard WHITTINGTON (2006): Dirección Estratégica, Editorial Pearson Educación (7ª edición)
- NAVAS, José Emilio, y Luis Angel GUERRAS (2007): La dirección Estratégica de la empresa. Teoría y aplicaciones. (4ª edición), Civitas.
- NAVAS, José Emilio, y Luis Angel GUERRAS (2008): Casos de Dirección Estratégica de la empresa. (4ª edición), Editorial Thompson-Civitas.