



FACULTAT DE CIÈNCIES ECONÒMIQUES I EMPRESARIALS
DEPARTAMENT DE GESTIÓ D'EMPRESES

ADMINISTRACIÓ I DIRECCIÓ D'EMPRESES
2005/06

DIRECCIÓ ESTRATÈGICA
4T CURS / 1R QUADRIMESTRE

PROFESSOR
ANTONI VIDAL SUÑÉ

OBJECTIUS GENERALS

- Introduir a l'alumne en els fonaments de la direcció estratègica de l'empresa.
- Donar una visió de la gestió empresarial des de la perspectiva de l'alta direcció.
- Dotar a l'alumne dels conceptes, eines i idees bàsics de l'administració estratègica.
- Despertar l'interès de l'alumne pels problemes estratègics de l'empresa actual.
- Facilitar a l'alumne les capacitats i habilitats pràctiques i de reflexió per tal de desenvolupar la direcció estratègica d'empreses i organitzacions en un context complex.

PROGRAMA ANALÍTIC

TEMA 1 EL MARC DE LA DIRECCIÓ ESTRATÈGICA

- 1.1. Concepte, significat, definicions i nivells de l'estratègia
- 1.2. Concepte de negoci i de les UEN
- 1.3. El procés de la direcció estratègica
- 1.4. Evolució de la direcció estratègica i escoles de pensament
- 1.5. El sistema d'objectius estratègics: visió, missió, propòsit estratègic i creació de valor

TEMA 2 ANÀLISI DE L'ENTORN EMPRESARIAL

- 2.1. Conceptualització i tipus d'entorn
- 2.2. Tècniques d'anàlisi de l'entorn general
- 2.3. Delimitació de l'entorn específic, anàlisi de la estructura de la indústria i EPG
- 2.4. La segmentació de mercats: els grups estratègics
- 2.5. Estratègies de defensa i d'atac.

TEMA 3 ANÀLISI INTERN DE L'EMPRESA

- 3.1. Tècniques pel diagnòstic intern
- 3.2. La cadena de valor
- 3.3. Anàlisi, identificació i avaluació de recursos i capacitats
- 3.4. El model SPACE: les postures estratègiques
- 3.5. Anàlisi d'empreses multinegoci: les matrius estratègiques

TEMA 4 ESTRATÈGIA I AVANTATGE COMPETITIU

- 4.1. Concepte, creació i manteniment de l'avantatge competitiu
- 4.2. L'avantatge competitiu en costos: efecte experiència
- 4.3. L'avantatge competitiu en diferenciació: qualitat i innovació
- 4.4. L'ampliació de l'avantatge competitiu: el rellotge estratègic
- 4.5. Estratègies basades en la indústria

TEMA 5 ESTRATÈGIES DE DESENVOLUPAMENT

- 5.1. Estratègies de creixement empresarial: model d'Ansoff
- 5.2. Creixement intern versus creixement extern
- 5.3. La cooperació entre empreses
- 5.4. Estratègies d'internacionalització
- 5.5. Estratègies de reestructuració

TEMA 6 LA IMPLEMENTACIÓ DE L'ESTRATÈGIA

- 6.1. El procés d'avaluació i selecció d'estratègies
- 6.2. L'adequació de l'estratègia: l'estudi PIMS
- 6.3. L'acceptabilitat de l'estratègia: anàlisi dels stakeholders
- 6.4. La relació entre estratègia i estructura organitzativa
- 6.5. El canvi estratègic: els reptes estratègics de l'empresa actual

BIBLIOGRAFIA

Bibliografía bàsica

GRANT, R. M. (1996): *Dirección estratégica: Conceptos, técnicas y aplicaciones*. Madrid: Civitas.

JOHNSON, G. y SCHOLLES, K. (1996): *Dirección estratégica. Análisis de la estrategia de las organizaciones*. 3ª edición, Madrid: Prentice Hall.

MINTZBERG, H. y QUINN, J. B. (1991): *El proceso estratégico: Conceptos, contextos y casos*. México: Prentice Hall. (Existeix també una edició breu, amb la participació de J. VOYER, del 1997; així com una edició europea revisada amb la participació de S. GHOSAL, del 1998).

NAVAS, J. E. y GUERRAS, L. A. (1998): *La dirección estratégica de la empresa. Teoría y aplicaciones*, 2ª edición. Madrid: Civitas.

THOMPSON, A. A. Jr. y STRICKLAND (III), A. J. (1994): *Dirección y administración estratégicas: Conceptos, casos y lecturas*. Wilmington (Delaware): Addison-Wesley.

Bibliografía complementària

ANSOFF, H. I.; DECLERCK, R. P. y HAYES, R. L. (1990): *El planteamiento estratégico*. México: Trillas.

BUENO, E. (1987): *Dirección estratégica de la empresa*. Madrid: Pirámide.

HAMEL, G. y PRAHALAD, C. K. (1995): *Compitiendo por el futuro. Estrategia crucial para crear los mercados del mañana*. Barcelona: Ariel Sociedad Económica.

HAX, A. y MAJLUF, N. (1997): *Estrategias para el liderazgo competitivo: De la visión a los resultados*. Buenos Aires: Granica.

KAY, J. (1994): *Fundamentos del éxito empresarial. El valor añadido de la estrategia*. Barcelona: Ariel Sociedad Económica.

MENGUZZATO, M. y RENAU PIQUERAS, J. J. (1991): *La dirección estratégica de la empresa*. Barcelona: Ariel Economía.

MITZBERG, H.; AHLSTRAND, B. y LAMPEL, J. (1999): *Safari a la estrategia*. Buenos Aires: Granica.

PORTER, M. E. (1985): *Estrategia competitiva. Técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia*. México: CECSA.

PORTER, M. E. (1987): *Ventaja competitiva. Creación y sostenimiento de un desempeño superior*. México: CECSA.

PORTER, M. E. (1999): *Ser competitivo: Nuevas aportaciones y conclusiones*. Bilbao: Deusto.

STERN, C. W. y STALK, G. (1998): *Ideas sobre estrategia*. Bilbao: Deusto.

STRATEGOR (1995): *Estrategia, estructura, decisión, identidad: Política general de la empresa*. Barcelona: Masson.

METODOLOGIA DOCENT

L'assignatura es desenvoluparà a partir de classes teòriques i pràctiques. A més, es recomana l'estudi de la bibliografia proposada i de les publicacions, per tal de poder seguir el curs de forma correcta i assolir una formació intel·lectual adequada. Tanmateix, a les classes teòriques, tot i que s'utilitzarà la lliçó magistral, es pretén defugir del monòleg del professor, impulsant la participació activa de l'alumnat. Les classes pràctiques consistiran en la resolució en grup de casos i exercicis relacionats amb els continguts de l'assignatura.

AVALUACIÓ DE L'ALUMNE

La qualificació final de l'assignatura s'obtindrà en un 70% de l'examen i en un 30% de la realització i lliurament d'activitats d'avaluació continuada.

Es realitzaran dos exàmens finals, un al febrer i l'altre al setembre. L'examen constarà de part teòrica i de part pràctica al 50% (3,5 punts la teoria i 3,5 punts la pràctica). La part teòrica consistirà en preguntes tipus test, el qual constarà de 35 preguntes amb quatre opcions de resposta on només una és correcta. La correcció del test es realitzarà de la manera següent:

Preguntes correctes: + 1 punt

Preguntes incorrectes: - 0,33 punt

Preguntes en blanc: 0

La part pràctica de l'examen consistirà en la resolució de casos pràctics i exercicis similars als realitzats a classe al llarg del curs.

El 30% de la qualificació final corresponent a les activitats d'avaluació continuada (màxim 3 punts) s' obtindran de la realització a classe i lliurament de casos pràctics, comentari de lectures, etc. que es faran en grup (4-5 integrants) al llarg del curs, a les classes pràctiques. S'ha de tenir en compte que la nota d'avaluació continuada estarà en relació proporcional entre el nombre d'activitats lliurades i el nombre total d'activitats proposades (això significa, per exemple, que si només es lliuren la meitat de les activitats proposades el màxim de nota d'avaluació continuada que es pot obtenir serà la meitat dels 3 punts). La qualificació d'avaluació continuada serà l'única part de la nota que, en el seu cas, es guardarà per a la convocatòria de setembre (aquells que a la convocatòria de setembre vulguin millorar aquesta part de la qualificació podran optar per fer un treball monogràfic). Alternativament, aquells estudiants que no puguin assistir a classe podran accedir a aquests 3 punts d'avaluació continuada, realitzant un treball monogràfic en el qual s'hauran d'aplicar els conceptes estudiats al llarg del curs a l'anàlisi estratègic d'una empresa, sent la data d'entrega del treball com a molt tard el mateix dia de l'examen corresponent (febrer o setembre).

HORARI D'ASSIGNATURA

MO
TO

HORARI DE CONSULTES

Antoni Vidal Suñé 1Q 2Q