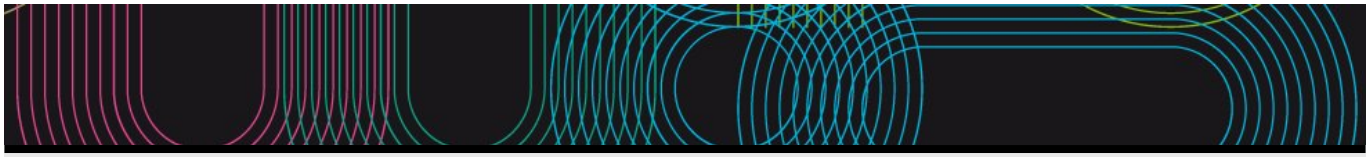

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Dirección Estratégica				
Asignatura	Dirección Estratégica			
Código	V03M134V01103			
Titulacion	Máster Universitario en Administración Integrada de Empresas y Responsabilidad Social Corporativa			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	5	OB	1	1c
Lengua Impartición				
Departamento	Organización de empresas y marketing			
Coordinador/a	Vila Alonso, María Mercedes			
Profesorado	González Loureiro, Miguel Vila Alonso, María Mercedes			
Correo-e	mvila@uvigo.es			
Web				
Descripción general				

Competencias de titulación	
Código	
A1	C. BASICA _Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas en la administración y gestión empresarial
A2	C. BASICA _Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios
A3	C. BASICA _Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades
A4	C. BASICA _Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.
A5	C. GENERAL_Recuperar y analizar información pertinente y oportuna proveniente de fuentes diversas en condiciones óptimas de coste y tiempo.
A6	C. GENERAL_Interpretar y dominar destrezas asociados con ese campo..
A7	C. GENERAL_Demostrar un entendimiento sistemático del campo de estudio derivado del entendimiento e integración de distintos enfoques teóricos.
A9	C. GENERAL_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.
A10	C. GENERAL_Integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios
A11	C. GENERAL_Demostrar la capacidad de análisis crítico, reflexión, evaluación y síntesis de ideas nuevas y complejas.
A12	C. GENERAL_Organizar, planificar y desarrollar estrategias para llevar a cabo un trabajo
A13	C. GENERAL_Comunicar sus conclusiones -y los conocimientos y razones últimas que las sustentan- a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.
A14	C. GENERAL_Trabajar en equipo.
A19	C. ESPECÍFICA_Identificar cuáles son los stakeholders y entender su importancia
A20	C. ESPECÍFICA_Comprender las implicaciones del comportamiento ético en la estrategia empresarial y en los procesos de toma de decisiones, y su relación con la motivación, liderazgo y cultura empresarial.

A22	C. ESPECÍFICA_Diseñar e implementar estrategias competitivas coherentes con el tamaño empresarial y el entorno, basándose en ventajas competitivas resultantes de la RSC
B1	C. TRANSVERSAL_Difusión de resultados y conclusiones de los estudios, a través de presentaciones orales y escritas que aborden ideas relacionadas con la RSC en la gestión integral de la empresa.
B4	C. TRANSVERSAL_Reflexión sobre responsabilidades sociales y éticas

Competencias de materia

Resultados previstos en la materia	Tipología	Resultados de Formación y Aprendizaje
A1	saber	A1
A2	saber saber hacer	A2
A3	saber hacer Saber estar /ser	A3 A13 B1
A4	saber hacer	A4
A5	saber hacer	A5 A12
A6	saber hacer	A6
A7	saber	A7
A9	saber hacer	A9
A10	Saber estar /ser	A10 A11 B4
A14	Saber estar /ser	A14
A19 A20 A22	saber saber hacer	A19 A20 A22

Contenidos

Tema
El proceso estratégico
Estrategias con base en la industria
Estrategias para industrias con base tecnológica
Estrategias de cooperación
El proceso de i+d

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Estudio de casos/análisis de situaciones	18	42	60
Sesión magistral	12	14	26
Otras	2	20	22
Estudio de casos/análisis de situaciones	3	14	17

*Los datos que aparecen en la tabla de planificación son de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de alumnado

Metodologías

	Descripción
Estudio de casos/análisis de situaciones	Análisis de casos a partir de documentación entregada en clases o bien casos de actualidad, etc
Sesión magistral	Exposición teórica por parte del profesor de los contenidos de la materia

Atención personalizada

Metodologías	**Descripción**
Sesión magistral	
Estudio de casos/análisis de situaciones	
Pruebas	**Descripción**
Otras	
Estudio de casos/análisis de situaciones	

Evaluación

	Descripción	Calificación
Estudio de casos/análisis de situaciones	planteamiento y resolución de casos prácticos sobre las cuestiones teóricas desarrolladas	50
Otras	examen teórico-práctico sobre la materia	30
Estudio de casos/análisis de situaciones	realización de un trabajo sobre la materia	20

Otros comentarios sobre la Evaluación

El MAiE sigue un sistema de evaluación continua y exige una presencialidad mínima del 80%. Los alumnos que no alcancen el 50% de la calificación en la evaluación continua, tendrán que acudir a segunda convocatoria. En esta convocatoria se podrá exigir un examen

Fuentes de información

David, **administración estratégica**, pearson,

Porter, **estrategia competitiva**, piramide,

Navas y Guerras, **Direccion estrategica**, civitas,

Schilling, **Dirección Estratégica de la innovación tecnológica**, Mc Graw-Hill,

Olcese, **Manual de la empresa responsable y sostenible**, McGraw-Hill,

Moreno, Uriarte y Topa, **La responsabilidad social empresarial**, piramide,

Recomendaciones

Otros comentarios

EL material proporcionado debe ser leído antes de cada clase, según indicaciones del profesor