



GUÍA DOCENTE 2025-2026
DIRECCIÓN ESTRATÉGICA (ON LINE)

1. Denominación de la asignatura:

DIRECCIÓN ESTRATÉGICA

Titulación

MÁSTER UNIVERSITARIO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Código

9282

2. Materia o módulo a la que pertenece la asignatura:

COMPLEMENTOS FORMATIVOS

3. Departamento(s) responsable(s) de la asignatura:

ECONOMÍA Y ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

4.a Profesor/a que imparte la docencia en el curso online (Si fuese impartida por más de uno/a incluir todos/as) :

JORGE GARCÍA DE LA TORRE / jgarcia@ubu.es / Despacho 2024 de la Facultad CC. Económicas y Empresariales.

4.b Coordinador/a de la asignatura online

Juan Bautista Delgado García (jbdelgado@ubu.es; despacho 2061)

5. Curso y semestre en el que se imparte la asignatura:

Primer semestre

6. Tipo de la asignatura: (Básica, obligatoria u optativa)

Obligatoria



7. Número de créditos ECTS de la asignatura:

2 ECTS

8. Competencias // Resultados de aprendizaje

- | |
|---|
| <ul style="list-style-type: none">- Conocer las etapas que constituyen el proceso de dirección estratégica- Aplicar distintas herramientas de análisis del entorno y de análisis interno- Formular diferentes cursos de acción (estrategias) alineadas con los objetivos estratégicos |
|---|

9. Programa de la asignatura

9.1- Objetivos docentes
Comprensión y aplicación de conceptos esenciales relacionados con la Dirección Estratégica.
Reconocer los principales objetivos a los que se enfrenta la Dirección Estratégica de una empresa.
Identificar y resolver problemas relacionados con la Dirección Estratégica.
Diseñar las mejores decisiones vinculadas con la Dirección Estratégica en las distintas situaciones organizacionales.
Comprender las potenciales ventajas de una Dirección Estratégica en un contexto global.
9.2- Unidades docentes (Bloques de contenidos)
ANÁLISIS ESTRATÉGICO
* Tema 1. La naturaleza del problema estratégico de la empresa.
1.1. Las decisiones estratégicas. El concepto de estrategia y los niveles de estrategia.
1.2. El proceso de dirección estratégica.
1.3. La misión y la visión de la empresa.
* Tema 2. El análisis estratégico. El entorno general.
2.1. El entorno de la empresa.
2.2. Análisis del entorno general. El análisis PESTEL o perfil estratégico del entorno.
Tema 3. El análisis estratégico. Análisis del entorno específico.
3.1. Delimitación del entorno específico.
3.2. Análisis de la estructura de la industria. Modelo de las cinco fuerzas de Porter
3.2.1. Intensidad de la competencia actual.
3.2.2. Competidores potenciales.
3.2.3. Productos sustitutivos.
3.2.4. Poder negociador de proveedores y clientes.



Tema 4. El análisis estratégico. Análisis interno de la empresa.

- 4.1. Introducción al análisis interno.
- 4.2. Auditoría interna de negocio.
 - 4.2.1. El análisis de recursos y capacidades.
 - 4.2.2. La cadena de valor añadido.
 - 4.2.3. El análisis DAFO.

* Contenido de sostenibilización curricular

FORMULACIÓN ESTRATÉGICA

Tema 5. Estrategias competitivas.

- 5.1. Estrategia y ventaja competitiva.
- 5.2. La ventaja competitiva en costes.
- 5.3. La ventaja competitiva en diferenciación de productos.

Tema 6. Las estrategias corporativas: Las direcciones del desarrollo.

- 6.1. Introducción.
- 6.2. Direcciones de desarrollo: la expansión de actividades.
 - 6.2.1. Penetración / profundización en el mercado.
 - 6.2.2. El desarrollo de productos.
 - 6.2.3. El desarrollo de mercados.
- 6.3. Direcciones de desarrollo: la diversificación de actividades.

Tema 7. Las estrategias corporativas: Los métodos de desarrollo.

- 7.1. Crecimiento interno.
- 7.2. Crecimiento externo.
- 7.3. La cooperación entre empresas.

9.3- Acceso a la Bibliografía Recomendada desde Leganto

https://leganto.ubu.es/leganto/public/34BUC_UBU/lists?courseCode=9282&auth=SAML



10. Metodología de enseñanza y aprendizaje y su relación con las competencias/resultados de aprendizaje que debe adquirir/alcanzar el/la estudiante:

Metodología	Competencia/resultado de aprendizaje relacionado	Horas de trabajo
Estudio de los contenidos de las unidades didácticas	Todas	17
Elaboración de trabajos y resolución de prácticas y estudios de caso	Todas	21
Participación en foros	Todas	4
Resolución de cuestionarios de autoevaluación	Todas	3
Lecturas complementarias	Todas	3
Sesión de evaluación (presencial)	Todas	2
Total		50

11. Sistemas de evaluación:

Para proceder al adecuado proceso de evaluación continua y garantizar un mínimo de adquisición de las diferentes competencias es necesario superar un mínimo del 40 % de cada una de las pruebas.

Los siguientes procedimientos de evaluación no son recuperables en la segunda convocatoria, dado su carácter continuo a lo largo de la asignatura:

- Participación activa en los foros de la asignatura.
- Autoevaluación periódica del alumno a través de cuestionarios.

Para la realización de tutorías y exámenes, resulta imprescindible disponer de webcam y micrófono activados. Además, determinadas pruebas de evaluación podrán realizarse mediante videoconferencia (Microsoft Teams, vinculada a la cuenta de alumno de la UBU) y/o requerir validación de identidad mediante el uso de sistemas de reconocimiento facial. Lo anterior no es aplicable a las pruebas finales, en donde se requiere la presencia del estudiante. El sistema de evaluación para estudiantes de intercambio será modificado en el supuesto de que los calendarios académicos de las universidades de origen y de destino no sean coincidentes.



Procedimiento	Peso primera convocatoria	Peso segunda convocatoria
Evaluación continua durante el curso: Participación activa en los foros de la asignatura.	10 %	10 %
Evaluación continua durante el curso: Autoevaluación periódica del alumno a través de cuestionarios	10 %	10 %
Evaluación continua durante el curso: Estudio de casos de empresa, lecturas y realización de trabajos teórico prácticos.	40 %	40 %
Pruebas finales de adquisición de competencias, conocimientos y habilidades	40 %	40 %
Total	100 %	100 %

12. Idioma en que se imparte la asignatura online:

Español