

ANÁLISIS DEL ENTORNO Y ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Curso 2012/2013

(Código: 6804401-)

1. PRESENTACIÓN DE LA ASIGNATURA

Como objetivos básicos y operativos que son necesarios para el futuro ingeniero que estudia esta asignatura se encuentra:

- Desarrollar la gestión operativa y gestión estratégica. Identificar las claves estratégicas y los distintos niveles estratégicos
- El proceso de formulación de la estrategia su reflexión e integración de los conceptos y análisis. Utilizando el modelo GIB.
- La ventaja competitiva y la estrategia de diferenciación y la de especialización.
- El análisis de las empresas con las cuales va a competir resulta de vital importancia, sobre todo el de aquellas empresas con mayor cuota de mercado que son las que, en teoría, dictan las reglas del juego.
- Descubrir segmentos (nichos) de mercado indebidamente atendidos.
- Posibilidad de mejorar sus productos. Descubrir cuáles son las principales ventajas competitivas que tiene usted: porqué han de comprarle a usted en lugar de a sus competidores – porqué lo están haciendo ahora, qué le dicen, de qué están más satisfechos, cuál es el motivo principal -, de este modo podrá publicitar dichas ventajas.
- El conocer a nuestra competencia nos permitirá saber en qué estamos fallando y en qué podemos superarlos.
- Las variables del entorno sectorial, y el macroentorno, utilizando el análisis PEST.
- Los distintos escenarios en los cuales se puede encontrar la actividad de las empresas.
- Las fuerzas competitivas. El ciclo de vida.
- A nivel Microeconómico: La dimensión estratégica y grupos estratégicos.
- Cadena de valor. Estrategia de externalización. Globalización.
- La tecnología como recursos estratégico.
- La cooperación estratégica de la tecnología. Estrategia de innovación

2. CONTEXTUALIZACIÓN EN EL PLAN DE ESTUDIOS

Para la formación del ingeniero es importante los contenidos de esta asignatura, con su estudio conseguirá:

Conocer el análisis del entorno, para desarrollar con éxito la actividad económica empresarial, dado la complejidad tan cambiante, en la cual estamos inmersos. No solamente consiste en producir, es sumamente importante y clave poder diferenciarse en los mercados tan competitivos.

Por otro lado, conocer, analizar las fuerzas de la competencia. Así como manejar, las distintas estrategias de las tecnologías junto con la innovación, se hacen imprescindibles, para la supervivencia de las empresas.

Por tanto, los contenidos que se utilizan están en la línea y son imprescindibles, para la formación con éxito del Grado de Ingeniería que se presenta.



3.REQUISITOS PREVIOS REQUERIDOS PARA CURSAR LA ASIGNATURA

Para esta asignatura, no se precisa ningún requisito previo, dado que el alumno que ha optado por la selección de la misma es por su interés de adquirir herramientas competitivas que le proporcionarán unos conocimientos muy prácticos en su formación.

4.RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Los estudiantes en el desarrollo del aprendizaje, conseguirán tener unos conocimientos para manejarse en la actividad profesional en el seno de las decisiones que se pueden dar en la profesión de ingeniero.

El resultado de este aprendizaje se traducirá en estar en disposición y capacidad de:

- Hacer el análisis macroeconómico y la estrategia y microeconómico de los grupos estratégicos.
- Comprender el esfuerzo que conlleva el aprendizaje que realizan las organizaciones cuando se implanta estrategias de innovación.
- Gestionar los distintos análisis del entorno, dirigido hacia la innovación y las aplicaciones de las distintas estrategias tecnológicas.
- Gestionar proyectos y riesgos tecnológicos entre los distintos sectores.
- Analizar y aplicar las estrategias tecnológicas.
- Implantar estrategias de innovación.
- Establecer y evaluar las estrategias de I+D+i

5.CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

El desarrollo de los contenidos de la asignatura, y distribuidos correlativamente y su correspondencia con los libros de la bibliografía que se recomienda son los 13 capítulos primeros.. Los capítulos 14 y 15, el equipo docente les hará llegar a los estudiantes en los medios que se disponen para los mismos.

INTRODUCCIÓN.

1. GESTIÓN ESTRATÉGICA, NIVELES Y PROCESOS ESTRATÉGICOS.

- 1.1. Gestión operativa y gestión estratégica
- 1.2. Niveles estratégicos
 - 1.2.1. Estrategia corporativa
 - 1.2.2. Estrategia de negocio
 - 1.2.3. Estrategia funcional
- 1.3. Estrategia planificada versus emergente
- 1.4. Preguntas para la reflexión

2. CONCEPTOS ESTRATÉGICOS CLAVE

- 2.1. Valores
- 2.2. Misión.
- 2.3. Visión.
- 2.4. Objetivos
- 2.5. Estrategia
- 2.6. Políticas.
- 2.7. Conceptos y etiquetas
- 2.8. Inicio y final del modelo GIB. Su nexos: el proceso de formulación
- 2.9. Preguntas para la reflexión



3. VENTAJA COMPETITIVA Y ESTRATEGIA

- 3.1. Ventaja competitiva
- 3.2. Estrategia de diferenciación
- 3.3. Estrategia de liderazgo en costes
- 3.4. Estrategia de especialización
- 3.5. Atrapadas en medio
- 3.6. La concreción de las estrategias genéricas
- 3.7. Preguntas para la reflexión

4. MACROENTORNO. ANÁLISIS PEST. TIPOS DE ENTORNO. ESCENARIOS

- 4.1. Macroentorno y entorno sectorial
- 4.2. Análisis PEST.
- 4.3. Macroentorno y estrategia.
- 4.4. Tipos de entorno.
- 4.5. Escenarios.
- 4.6. Preguntas para la reflexión

5. SECTOR: NIVELES Y DEFINICIONES. SECTOR (I): MACRO. CINCO FUERZAS COMPETITIVAS. CICLO DE VIDA.

- 5.1. Dos niveles de análisis: Macro y micro.
- 5.2. Definiciones del sector: Estratégica y de análisis.
- 5.3. Análisis del sector (I): Macro. Cinco fuerzas competitivas.
 - 5.3.1. Rivalidad.
 - 5.3.2. Relación entre factores. Ponderación de los factores y valoración final de la fuerza
 - 5.3.3. Amenaza de nuevos ingresos.
 - 5.3.4. Poder de negociación de proveedores y clientes.
 - 5.3.5. Sustitutivos.
- 5.4. El ciclo de vida del sector.
- 5.5. Preguntas para la reflexión.

6. SECTOR (II): MICRO: ESTRATEGIA. DIMENSIONES Y GRUPOS ESTRATÉGICOS.

- 6.1. Dimensiones estratégicas.
- 6.2. Grupos estratégicos.
- 6.3. Barreras a la movilidad y rentabilidad de los grupos estratégicos.
- 6.4. Mapas estratégicos
- 6.5. Cerrando el círculo del análisis del sector.
- 6.6. Preguntas para la reflexión.

7. MERCADO. SEGMENTOS. FACTORES CLAVE Y MÍNIMO DE ÉXITO.

- 7.1. El mercado.
- 7.2. Segmentos y factores clave de éxito.
- 7.3. Factores mínimos de éxito
- 7.4. El éxito de lo mínimo
- 7.5. Preguntas para la reflexión.

8.- RECURSOS Y CAPACIDADES. ÁREAS DE RESULTADO CLAVE. CAPACIDADES ESENCIALES

- 8.1. Áreas de Resultado Claves.
- 8.2. Recursos y Capacidades
- 8.3. Reflexión estratégica sobre las capacidades
- 8.4. La estrategia desde las capacidades
- 8.5. Preguntas para la reflexión



9.- CADENA DE VALOR DEL SECTOR. REPARTO Y CAMBIO DE VALOR

- 9.1. Descripción
- 9.2. Reparto del valor
- 9.3. Cambio en el valor.
- 9.4. Preguntas para la reflexión.

10. CADENA DE VALOR DE LA EMPRESA. ACTIVIDADES CLAVE. ESTRATEGIA. EXTERNALIZACIÓN Y OTRAS PERSPECTIVAS.

- 10.1. Descripción.
- 10.2. Actividades clave.
- 10.3. Estrategia a nivel de cada actividad.
- 10.4. La externalización como posibilidad estratégica.
- 10.5. Cooperaciones como vía de mejora de actividades
- 10.6. La perspectiva corporativa: Integración y otras diversificaciones.
- 10.7. Relaciones.
- 10.8. Preguntas para la reflexión.

11. GLOBALIZACIÓN Y ESTRATEGIA. INTERNACIONALIZACIÓN.

- 11.1. Global versus local
- 11.2. Factores de globalización
- 11.3. Globalización y actividades de la empresa.
- 11.4. Globalización y segmentos de mercado
- 11.5. Casi cerrando el círculo de la globalización
- 11.6. Glocalización e innovación inversa
- 11.7. Internacionalización.
- 11.8. Riesgos de la internacionalización.
- 11.9. Etapas de la internacionalización.
- 11.10. Preguntas para la reflexión.

12. ESTRATEGIA Y CRISIS.

- 12.1. Efectos de una crisis en la gestión estratégica.
- 12.2. Algunas pautas estratégicas para dirección en tiempos de crisis. o períodos turbulencias.
- 12.3. Preguntas para la reflexión.

13. EL NÚCLEO ESTRATÉGICO COMO MODELO DE GESTIÓN ANTE LA COMPLEJIDAD.

- 13.1. El núcleo estratégico: modelo de gestión ante la complejidad.
- 13.2. La misión: El marco del núcleo estratégico.
- 13.3. Los cuatro conceptos del interior del marco del núcleo estratégico.
- 13.4. La estrategia desde las capacidades. La visión inversa del núcleo estratégica.
- 13.5. La realidad: Fusión de las dos lógicas del núcleo estratégico.
- 13.6. Preguntas para la reflexión.

GUÍA DE LOS DIVERSOS CAPÍTULOS A TRAVÉS DEL MODELO GIB

14.-LAS ESTRATEGIAS TECNOLOGICAS

- 14.1. La tecnología como recurso estratégico
- 14.2. Implantación de la estrategia organizativa innovadora.
- 14.3. Estrategia de I+D+i.
- 14.4. La estrategia de innovación tecnológica.
- 14.5. Preguntas para la reflexión

15. LA COOPERACIÓN ESTRATÉGICA TECNOLÓGICA



- 15.1. Evaluación de grupos estratégicos de los sectores
- 15.2. Estrategias de protección y explotación de la tecnología.
- 15.3. Valorización de la estrategia tecnología.
- 15.4. Analizar y evaluar la sostenibilidad de sectores tecnológicos
- 15.5. Preguntas para la reflexión

6.EQUIPO DOCENTE

- [MAXIMA JULIANA LOPEZ EGUILAZ](#)

7.METODOLOGÍA Y ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

Cada tema del programa, está desarrollado en los textos de bibliografía recomendados y el estudio metodológico deberá ser aprovechado totalmente por los estudiantes.

Se recomienda estudiar al menos 4 horas, y realizar las preguntas de reflexión de cada capítulo de los contenidos.

El programa desarrolla los epígrafes que trata cada tema y sirve de idea del nivel de conocimientos, conceptos, modelos y objetivos de aprendizaje y reflexiones que se exigirán en la prueba personal

8.EVALUACIÓN

La evaluación final se realizará fundamentalmente a través del examen presencial que efectúe el alumno durante la Prueba Presencial correspondiente en febrero y la extraordinaria en septiembre y que completará, en su caso, con la realización de cuestiones prácticas y/o trabajo voluntario.

Para obtener mayor información sobre el trabajo voluntario, se remitirá por los medios disponibles un listado. Este trabajo voluntario será valorado hasta un máximo de dos puntos. Para sumar la puntuación del trabajo de carácter voluntario a la Prueba Presencial es necesario haber superado la Prueba Presencial con una calificación mínima de 5 puntos. Se considerará POCO POSITIVA, si existen indicios de plagios que se puedan detectar, cara a la evaluación final del alumno.

9.BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

ISBN(13): 9788423427611
 Título: PENSAR ESTRATEGICAMENT , MODELOS, CONCEPTOS T REFLEXIONES (2010)
 Autor/es: Xavier Guimbert ;
 Editorial: : EDICIONES DEUSTO

Buscarlo en Editorial UNED

Buscarlo en librería virtual UNED

Buscarlo en bibliotecas UNED

Buscarlo en la Biblioteca de Educación

Comentarios y anexos:



Al inicio del curso se enviará, mediante comunicación a través de los medios disponibles, una lista de temas, de la cual, se tendrá que elegir uno de ellos para realizar el Trabajo Voluntario de la asignatura.

10. BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

ISBN(13): 9788423420254
Título: EL ENFOQUE ESTRATEGICO DE LA EMPRESA. PRINCIPIOS Y ESQUEMAS BÁSICOS
Autor/es: Xavier Guimbert ;
Editorial: : EDICIONES DEUSTO

Buscarlo en librería virtual UNED

Buscarlo en bibliotecas UNED

Buscarlo en la Biblioteca de Educación

Buscarlo en Catálogo del Patrimonio Bibliográfico

Comentarios y anexos:

Se recomienda este manual, es de apoyo por si no pueden adquirir el libro de la bibliografía básica. Siguiendo las orientaciones de la Guía los estudiantes pueden adquirir conocimientos útiles para el estudio de la asignatura

11. RECURSOS DE APOYO

Para solicitar consejo sobre algún recurso de apoyo para esta asignatura, el alumno deberá ponerse en contacto personalizado con el Equipo Docente, mediante e-mail a: maxima@ind.uned.

12. TUTORIZACIÓN

Los martes de 16:00 hs a 20:00 hs

Tle. 91.398.6446;

e-mail: maxima@ind.uned

13. PROYECTOS FINALES DE CARRERA (PFC)

Los alumnos que deseen realizar el Proyecto final de carrera, pueden contactar con la profesora mediante e-mail maxima@ind.uned.

Los Temas que se ofertan para realizar TFC son:

- Creación de Empresas de Base Tecnológica.
- Valorización económica y tecnológica.
- Economía para el desarrollo sostenible.
- Gestión e instrumentos de Innovación social y gerencial.
- Propiedad industrial e intelectual.
- Redes de innovación



Ámbito: GUI - La autenticidad, validez e integridad de este documento puede ser verificada mediante el "Código Seguro de Verificación (CSV)" en la dirección <https://sede.uned.es/valida/>



154111D4F0577174D2DDE40C5389CA60