



## GUÍA DOCENTE CURSO: 2017-18

DATOS BÁSICOS DE LA ASIGNATURA			
Asignatura:	Organización de Empresas		
Código de asignatura:	67102223	Plan:	Grado en Marketing e Investigación de Mercados (Plan 2010)
Año académico:	2017-18	Ciclo formativo:	Grado
Curso de la Titulación:	2	Tipo:	Obligatoria
Duración:	Segundo Cuatrimestre		
DISTRIBUCIÓN HORARIA DE LA ASIGNATURA SEGÚN NORMATIVA			
	Créditos:	6	
	Horas totales de la asignatura:	150	
UTILIZACIÓN DE LA PLATAFORMA VIRTUAL:		Multimodal	

DATOS DEL PROFESORADO			
Nombre	Marín Carrillo, María Belén		
Departamento	Dpto. de Economía y Empresa		
Edificio	Edificio Departamental de Ciencias Económicas y Empresariales (Edif. B) 2		
Despacho	12		
Teléfono	+34 950 015181	E-mail (institucional)	<a href="mailto:mbmarin@ual.es">mbmarin@ual.es</a>
Recursos Web personales	<a href="#">Web de Marín Carrillo, María Belén</a>		
Nombre	Profesor/a pendiente de contratación o asignación		
Departamento			
Edificio			
Despacho			
Teléfono		E-mail (institucional)	
Recursos Web personales	<a href="#">Web de Profesor/a pendiente de contratación o asignación</a>		

Puede verificar la autenticidad, validez e integridad de este documento en la dirección:  
<https://verificarfirma.ual.es/verificarfirma/code/+a0agZMkwmzqf0x+CK9oyg==>

Firmado Por

Universidad De Almeria

Fecha

19/09/2017

ID. FIRMA

blade39adm.ual.es

+a0agZMkwmzqf0x+CK9oyg==

PÁGINA

1/5




+a0agZMkwmzqf0x+CK9oyg==

<b>ELEMENTOS DE INTERÉS PARA EL APRENDIZAJE DE LA ASIGNATURA</b>
<b>Justificación de los contenidos</b>
Esta asignatura pretende abordar distintos problemas a los que se enfrentan habitualmente los responsables de las empresas en un mundo competitivo ofreciendo esquemas válidos para su resolución en distintos contextos. La asignatura se estructura en cuatro bloques temáticos: análisis estratégico, formulación de las estrategias, implantación de las estrategias y, por último, competencia y colaboración en redes y acuerdos entre empresas.
<b>Materia con la que se relaciona en el Plan de Estudios</b>
La asignatura de "Organización de Empresas" pertenece al módulo Organización de Empresas.  Esta asignatura esta relacionada con las asignaturas previas de Introducción a la Administración de Empresas (1º curso) y "Habilidades de Dirección y Gestión" (2º curso) y con la asignatura posterior de "Gestión de Recursos Humanos" (3º curso). También existe vinculación con la asignatura de "Creación de Empresas" (4º curso).
<b>Conocimientos necesarios para abordar la Asignatura</b>
Conocimientos previos de Introducción a la Administración de Empresas
<b>Requisitos previos recogidos en la memoria de la Titulación</b>
Ninguno

<b>COMPETENCIAS</b>
<b>Competencias Generales</b>
<i>Competencias Transversales de la Universidad de Almería</i>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conocimientos básicos de la profesión</li> </ul>
<i>Competencias Básicas</i>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aplicación de conocimientos</li> </ul>
<b>Competencias Específicas desarrolladas</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- OEM01: Comprender los límites, las dinámicas del mercado y la organización interna de las organizaciones.</li> <li>- OEM02: Conocer y ser capaz de analizar los procesos de dirección de empresas.</li> </ul>
<b>OBJETIVOS/RESULTADOS DEL APRENDIZAJE</b>
- UAL 1: Conocimiento, habilidades y actitudes que posibilitan la comprensión de nuevas teorías, interpretaciones, métodos y técnicas dentro de los diferentes campos disciplinares, conducentes a satisfacer de manera óptima las exigencias profesionales. - RD2: Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio. - OEM01: Conocimiento y aplicación de los principios de diseño organizativo para formular propuestas sobre la mejor manera de organizar las actividades de la empresa y las relaciones con otras organizaciones del entorno. - OEM02: Diseño de un plan estratégico, a partir del análisis externo e interno, incluyendo objetivos, metas, estrategias, políticas, implementación y control. Análisis crítico de un plan de innovación. Aplicación de herramientas técnicas e informáticas de apoyo a la implantación y control de la estrategia.

Puede verificar la autenticidad, validez e integridad de este documento en la dirección:  
<https://verificarfirma.ual.es/verificarfirma/code/+a0agZMkwmzqf0x+CK9oyg==>

<b>Firmado Por</b>	<b>Universidad De Almería</b>	<b>Fecha</b>	<b>19/09/2017</b>
<b>ID. FIRMA</b>	<b>blade39adm.ual.es</b>	<b>PÁGINA</b>	<b>2/5</b>
			
+a0agZMkwmzqf0x+CK9oyg==			

# PLANIFICACIÓN

## Temario

### BLOQUE: INTRODUCCIÓN

#### Tema 1: Introducción a la dirección estratégica

1. Las decisiones estratégicas
2. El proceso de dirección estratégica y su responsabilidad
3. La dirección estratégica como ámbito de estudio

#### Tema 2. Los objetivos y la creación de valor

1. La misión, visión y los objetivos estratégicos
2. La creación de valor y los grupos de interés
3. El gobierno de la empresa

### BLOQUE: ANÁLISIS ESTRATÉGICO

#### Tema 3. Análisis del entorno externo

1. El entorno de la empresa
2. Análisis del entorno general
3. Análisis del entorno específico
4. Importancia del análisis del entorno para la competitividad de la empresa

#### Tema 4. Análisis interno

1. El diagnóstico de la empresa
2. La cadena de valor
3. El análisis de recursos y capacidades
4. El análisis DAFO

### BLOQUE: FORMULACIÓN DE LAS ESTRATEGIAS

#### Tema 5. Estrategias y ventajas competitivas

1. Estrategia y ventaja competitiva
2. La ventaja competitiva en costes
3. La ventaja competitiva en diferenciación de productos
4. La ampliación de las estrategias competitivas de Porter: El reloj estratégico
5. Estrategias con base en el grado de madurez de la industria

#### Tema 6: Las direcciones de desarrollo

1. El campo de actividad y el desarrollo de la empresa
2. La expansión de actividades
3. La diversificación de actividades
4. La integración vertical
5. La reestructuración de la cartera de negocios

#### Tema 7. Los métodos de desarrollo

1. Desarrollo interno y externo
2. Fusiones y adquisiciones de empresas
3. La cooperación entre empresas

#### Tema 8. La estrategia de internacionalización

1. La empresa multinacional
2. La competencia global: Factores y estrategias
3. Estrategias de entrada en mercados exteriores
4. La dirección de la empresa multinacional

### BLOQUE: IMPLANTACIÓN DE LAS ESTRATEGIAS

#### Tema 9. Evaluación e implantación de estrategias

1. El proceso de evaluación y selección de estrategias
2. La implantación de la estrategia
3. La definición del soporte organizativo
4. La definición de los sistemas administrativos de apoyo

### Metodología y Actividades Formativas

Clases magistrales participativas Estudio de casos

### Actividades de Innovación Docente

La asignatura Organización de Empresas participa en la convocatoria de Grupos de Innovación Docente. En este sentido a través de esta asignatura se pretende fomentar la mejora continua de los materiales docentes que ya se venían utilizando, junto a la incorporación de otros nuevos, para analizar su utilidad por parte del estudiante.

Puede verificar la autenticidad, validez e integridad de este documento en la dirección:  
<https://verificarfirma.uai.es/verificarfirma/code/+a0agZMkwmzqf0x+CK9oyg==>

Firmado Por

Universidad De Almería

Fecha

19/09/2017

ID. FIRMA

blade39adm.uai.es

+a0agZMkwmzqf0x+CK9oyg==

PÁGINA

3/5



+a0agZMkwmzqf0x+CK9oyg==

## PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN DE LAS COMPETENCIAS

### Criterios e Instrumentos de Evaluación

- **Examen final de conocimientos (Pruebas finales escritas: 40%):** examen en el que habrá que sacar un mínimo de 4 puntos sobre 10 para hacer media con el resto de calificaciones (actividades, participación y trabajo de aplicación). (Evaluación de competencias: OEM01, OEM02, UAL1).
- **Actividades individuales y en grupo (Portafolio del estudiante: 30%):** realización y entrega oportuna en los plazos establecidos de las actividades planteadas a lo largo del curso para cada uno de los temas (no se evaluará ninguna actividad entregada fuera de plazo). Estas actividades serán la resolución de casos prácticos, búsqueda de noticias, comentarios de lecturas o temas de debate. (Evaluación de competencias: OEM01, OEM02, RD2).
- **Participación activa del estudiante (Otros: participación activa del estudiante: 10%):** en clase, en los debates y demás actividades comunes, bien realizadas dentro del aula o a través de los foros del aula virtual, incluidos los relativos a temas propuestos por los profesores, como por otros estudiantes. También se evaluarán la participación en herramientas de aprendizaje propuestas en el aula virtual de la asignatura como glosarios, búsqueda de noticias, etc. Se incluyen aquí la asistencia a seminarios y conferencias relacionados con la materia. (Evaluación de competencias: OEM01, OEM02, RD2).
- **Trabajo de aplicación (Valoración final de informes, trabajos, proyectos, etc.: 20%):** se realizará en grupo de 4 o 5 componentes un trabajo donde se analicen los distintos aspectos desarrollados en la asignatura en una empresa real seleccionada por el grupo. La empresa seleccionada y los integrantes del grupo se comunicará a los profesores a principios del mes de marzo. La extensión máxima del trabajo será de 35 páginas en formato word. El trabajo se entregará antes del finalizar el mes de mayo (no se evaluará ningún trabajo entregado fuera de plazo). Además, se preparará y entregará una presentación (en powerpoint) para exponer el trabajo en clase mediante 20 diapositivas que cambiarán automáticamente cada 20 segundos. (Evaluación de competencias: OEM01, OEM02, RD2).

### Mecanismos de seguimiento

- Participación en herramientas de comunicación (foros de debate, correos)
- Entrega de actividades en clase
- Entrega de actividades en aula virtual

Puede verificar la autenticidad, validez e integridad de este documento en la dirección:  
<https://verificarfirma.ual.es/verificarfirma/code/+a0agZMkwmzqf0x+CK9oyg==>

Firmado Por	Universidad De Almeria	Fecha	19/09/2017
ID. FIRMA	blade39adm.ual.es	PÁGINA	4/5



+a0agZMkwmzqf0x+CK9oyg==

## BIBLIOGRAFÍA

### Bibliografía recomendada

#### Básica

- José Emilio Navas López y Luis Ángel Guerras Martín. Fundamentos de Dirección Estratégica. Civitas. Thomson Reuters. 2012.
- Jose Emilio Navas López y Luis Ángel Guerras Martín. Fundamentos de Dirección Estratégica de la Empresa. Civitas. Thomson Reuters. 2016.

#### Complementaria

- Grant, R.M. Dirección Estratégica: conceptos, técnicas y aplicaciones. Civitas. 2014.
- Guerras Martín, L.A. y Navas López, J.E.. La dirección estratégica de la empresa. Teoría y aplicaciones. Civitas. 2015.
- Hitt, M.A.; Ireland, R.D. y Hoskisson, R.E.. Administración Estratégica. Competitividad y Conceptos de Globalización. conceptos y casos. Thomson. 2008.
- Johnson, G.; Scholes, K.; y Whittingto, R.. Dirección estratégica . Prentice Hall. 2011.
- Navas López, J. E. y Guerras Martín, L. A. Casos de Dirección Estratégica de la Empresa.. Civitas. 2014.

#### Otra Bibliografía

### Bibliografía existente en el Sistema de Información de la Biblioteca de la UAL

Puede ver la bibliografía existente en la actualidad en el Sistema de Gestión de Biblioteca consultando en la siguiente dirección:

<http://almirez.ual.es/search/e?SEARCH=ORGANIZACION DE EMPRESAS>

## DIRECCIONES WEB

Puede verificar la autenticidad, validez e integridad de este documento en la dirección:  
<https://verificarfirma.ual.es/verificarfirma/code/+a0agZMkwmzqf0x+CK9oyg==>

Firmado Por

Universidad De Almeria

Fecha

19/09/2017

ID. FIRMA

blade39adm.ual.es

+a0agZMkwmzqf0x+CK9oyg==

PÁGINA

5/5



+a0agZMkwmzqf0x+CK9oyg==