

Guía Docente: Dirección Estratégica

DATOS GENERALES	
Facultad	Facultad de Ciencias Jurídicas y Económicas
Titulación	Grado en Administración y Dirección de Empresas
Plan de estudios	2012
Materia	Empresa
Carácter	Obligatorio
Período de impartición	Segundo Trimestre
Curso	Cuarto
Nivel/Ciclo	Grado
Créditos ECTS	6
Lengua en la que se imparte	Castellano
Prerrequisitos	Ninguno

DATOS DEL PROFESORADO			
Profesor Responsable	Francisco José Riquel Ligeró	Correo electrónico	franciscojose.riquel@ui1.es
Área	Economía, Sociología y Política Agraria	Facultad	Facultad de Ciencias Jurídicas y Económicas
Perfil Profesional 2.0	LinkedIn		

CONTEXTUALIZACIÓN Y JUSTIFICACIÓN DE LA ASIGNATURA

Asignaturas de la materia	<ul style="list-style-type: none"> • Dirección Comercial e Investigación de Mercados • Dirección de Personas • Dirección Estratégica • Gestión Logística y Comercial • Organización y Administración de Empresas
Contexto y sentido de la asignatura en la titulación y perfil profesional	<p>Si existe una característica que define los actuales mercados y sectores competitivos es la del dinamismo y la incertidumbre. Hoy en día las decisiones en las empresas requieren de metodologías y herramientas que permitan minimizar los riesgos que llevan asociados, más aún cuando se trata de tomar una decisión que comprometa gran cantidad de recursos y que tenga una influencia directa en el binomio producto-mercado. Estas decisiones que se denominan estratégicas requieren de una disciplina de estudio, que se enmarca dentro del área de conocimiento de la organización e empresas, y que persigue establecer metodologías que ayuden a tener una visión global de la empresa desde el punto de vista estratégico, conjugando otras áreas de la empresa como el marketing, la dirección de operaciones, o los Recursos Humanos, entre otras. En esta línea la asignatura se plantea los siguientes objetivos:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.- Desarrollar en el alumno un pensamiento estratégico que ayuda a mejorar la posición competitiva de la empresa a largo plazo. 2.- Conocer las principales técnicas para el diseño e implantación de Planes Estratégico para la Empresa. 3.- Capacitar al alumno para la evaluación y selección de las mejores estrategias para la empresa, coordinando los aspectos estratégicos y operativos. 4.- Reflexionar sobre los sistemas de control estratégico y en especial sobre el Cuadro de Mando Integral. 5.- Familiarizar al alumno con la ciencia del Management y sus aplicaciones en la gestión de empresas.

COMPETENCIAS QUE ADQUIERE EL ESTUDIANTE Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Competencias de la asignatura	<ul style="list-style-type: none"> • CB-02: Saber 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. • CB-03: Reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética. • CB-04: Transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado. • CB-05: Desarrollar aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía. • CG-02: Desarrollar la capacidad de análisis y síntesis. • CG-06: Acceder a diferentes fuentes de información, gestionarlas, seleccionarlas y analizarlas de forma crítica, sintética, relacional e interpretativa. • CG-07: Tomar decisiones (evaluando las consecuencias de distintas alternativas de acción y seleccionar las mejores dados los objetivos). • CG-10: Desarrollar el razonamiento crítico.
--------------------------------------	---

	<ul style="list-style-type: none"> • CG-12: Adquirir hábitos y destrezas para el aprendizaje autónomo. • CG-16: Desarrollar la iniciativa y el espíritu emprendedor. • CG-21: Diseñar y gestionar proyectos. • CG-22: Desarrollar la capacidad para la divulgación de las cuestiones económicas. • CU-02: Identificar y dar valor a las oportunidades tanto personales como profesionales, siendo responsables de las actuaciones que se pongan en marcha, sabiendo comprometer los recursos necesarios, con la finalidad de realizar un proyecto viable y sostenible para uno mismo o para una organización. • CU-04: Utilizar las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) para poner en marcha procesos de trabajo ajustados a las necesidades de la sociedad actual. • CU-06: Aprender a trabajar individualmente de forma activa. • CU-15: Utilizar una adecuada estructura lógica y un lenguaje apropiado para el público no especialista y escribir con corrección. • CU-16: Saber transmitir un informe técnico de la especialidad. • CU-17: Ser capaz de concluir adecuadamente la tesis de la exposición basándose en modelos, teorías o normas, etc. • CE-01: Conocer la perspectiva histórica, génesis y evolución, de los grandes problemas y temas económicos así como Conocer las funciones de planificación, análisis, diseño e implantación de los sistemas de información en el contexto económico-empresarial. • CE-04: Conocer las herramientas de análisis estratégico más habituales en el análisis de la empresa y su entorno y entender y aplicar las principales líneas de pensamiento estratégico actual, el papel de la competencia y la búsqueda de la ventaja competitiva. • CE-10: Desarrollar la capacidad de diseñar, redactar, ejecutar y gestionar proyectos e informes, y asesorar sobre situaciones concretas de empresas utilizando técnicas instrumentales en el análisis y solución de problemas empresariales y en la toma de decisiones. • CE-14: Saber contextualizar los principios de la dirección de empresas y del diseño e implantación de estrategias al ámbito de los negocios internacionales.
<p>Resultados de aprendizaje de la asignatura</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Identifica la problemática del área de operaciones de una empresa. • Identifica las decisiones de área de operaciones diferenciando las de largo y las de corto plazo, en base a su carácter estratégico u operativo. • Identifica la problemática de la calidad y las distintas alternativas para el diseño de su sistema de gestión, en el área de operaciones de una empresa. • Diseña un sistema de gestión de la calidad en el área de operaciones, orientado a resultados y centrado en la mejora continua. • Identifica la problemática asociada al establecimiento del programa de producción de una empresa, integrando los aspectos relacionados con productos, recursos y objetivos. • Propone programas de producción alternativos acordes a los objetivos de la empresa evaluando sus ventajas e inconvenientes. • Elige con criterio entre las alternativas de producción. • Establece un sistema de seguimiento y control del programa de producción.

PROGRAMACION DE CONTENIDOS

<p>Breve descripción de la asignatura</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Naturaleza de la Dirección Estratégica. • Formulación estratégica. • Implantación y control estratégico.
<p>Contenidos</p>	<p>UD 1: LA IMPORTANCIA DEL PENSAMIENTO ESTRATÉGICO EN LOS ENTORNOS COMPETITIVOS ACTUALES.</p>

1.1.- Introducción.

1.2.- El concepto de estrategia

1.3.- La estrategia y la ventaja competitiva.

1.3.1.- Fuentes de ventajas competitivas.

1.4.- La relación entre la estrategia empresarial y el modelo de negocio.

1.4.1.- El concepto y la generación de valor.

1.5.- El pensamiento estratégico.

1.5.1. Habilidades y competencias del Management estratégico.

1.6.- El proceso del diseño estratégico en las empresas.

1.7.- Diferencia entre decisiones estratégicas y operativas.

1.7.1.- Decisiones estratégicas: El subsistema de dirección.

1.7.2.- Decisiones operativas: El subsistema de operaciones.

UD 2: EL PROCESO DE DISEÑO E IMPLANTACIÓN DE LA ESTRATEGIA.

2.1.- Introducción

2.2.- Elementos culturales de la Misión a la Visión empresarial.

2.2.1.- La cultura organizativa: elementos.

2.2.2.- Desarrollo de una visión estratégica.

2.3.- Concretando la Visión Estratégica: Los objetivos.

2.3.1.- La relación entre objetivos financieros y estratégicos.

2.3.2.- La diferencia entre objetivos operativos y estratégicos.

2.4.- Análisis del entorno competitivo: Amenazas y oportunidades.

2.5.1.- Análisis del entorno general.

2.5.2.- Análisis del entorno específico.

2.5.- Análisis de la cadena de valor: Debilidades y Fortalezas.

2.6.- Planificación estratégica & planificación de operaciones.

2.6.1.- Enfoque estratégicos de la calidad total.

2.6.2.- Técnicas de control de calidad.

UD 3: LA FORMULACIÓN ESTRATÉGICA: ALTERNATIVAS PARA EL CRECIMIENTO.

3.1.- Introducción

3.2.- Las estrategias genéricas

3.2.1.- La matriz estratégica de Porter.

3.2.2.- Configuraciones Productivas y estrategia de liderazgo en costes.

3.3.- Las estrategias de crecimiento: La matriz de Ansoff

3.3.1.- Penetración del Mercado

3.3.2.- Desarrollo de Producto.

3.3.3.- Desarrollo de Mercado.

3.3.4.- Diversificación: Los grupos de negocios.

3.3.5.- Alianzas para el crecimiento.

3.4.- Crecimiento internacional.

3.5.- Estrategias sostenibles y éticas.

3.5.1.- La ética empresarial

3.5.2.- Estándares de sostenibilidad estratégica.

UD 4: LA FORMULACIÓN ESTRATÉGICA II: SITUACIONES COMPETITIVAS.

4.1.- Introducción

4.2.- Estrategias de defensivas.

4.3.- Estrategias ofensivas.

4.4.- Estrategia para adquisiciones y fusiones.

4.5.- Estrategias de integración vertical.

4.5.1.- Ventajas de la integración.

4.5.2.- Inconvenientes de la integración.

4.5.3.- La integración hacia atrás.

4.6.- Nuevo paradigma competitivo: El océano azul.

UD 5: TÉCNICAS Y HERRAMIENTAS ESTRATÉGICAS PARA LA GESTIÓN.

5.1.- Introducción.

5.2.- El Benchmarking estratégico.

5.2.1.- Tipos de Benchmarking.

5.2.2.- Las fases del Benchmarking estratégico.

5.2.3.- Factores claves de éxito y fracaso del Benchmarking.

5.3.- La calidad total y la mejora continua.

5.4.- Procesos estratégicos de innovación.

5.4.1.- Indicadores de innovación de una empresa.

5.4.2.- Los perfiles de innovación.

5.4.3.- Factores que favorecen factores de innovación.

5.4.4.- La innovación de ruptura e incremental.

5.5.- Impactos estratégicos de la innovación.

5.6.- La gestión estratégica del conocimiento.

UD 6: EL CONTROL ESTRATÉGICO EN LA EMPRESA.

6.1.- Introducción

6.2.- El concepto de control.

6.3.- El control de tipo estratégico

6.4.- La medición del rendimiento y su vinculación con los objetivos estratégicos.

6.4.1.- El sistema de información para el control estratégico.

6.5.- El Cuadro de Mando Integral.

6.5.1.- Áreas críticas

6.5.2.- Indicadores estratégicos.

6.5.3.- El mapa estratégico.

METODOLOGÍA

Actividades formativas

La asignatura Dirección Estratégica tiene como principal objetivo relacionar al estudiante con los modelos y procesos estratégicos en las empresas, conociendo las principales opciones que tiene la empresa a la hora de mejorar su posición competitiva en el sector en el que opera, los criterios de evaluación de dichas opciones estratégicas y las principales herramientas de control estratégico. Persigue ofrecer una visión global del proceso estratégico y las principales consecuencias para la empresa. Para ello el aprendizaje se ha diseñado de manera constructivista desde un primer tema que pretende hacer reflexionar al alumno sobre el concepto de estrategia y el proceso para el diseño estratégico en la empresa, hasta el conocimiento del denominado Cuadro de Mando Integral.

Para cumplir con estos objetivos se plantean dos **estudios de casos** en las unidades 1 y 5, que pretenden ayudar al alumno a fomentar un pensamiento reflexivo de la materia previo al estudio de los contenidos teóricos, desde una perspectiva práctica que sirva como base para la asimilación de los mismos, mediante un aprendizaje constructivo. Estos estudios de casos forman parte de la evaluación continua de la asignatura y se fundamentan en cuestiones reales relacionadas con cada uno de los temas. En esta línea, para su resolución el alumno encontrará información en la unidad didáctica invitando a ampliar conocimientos con los recursos interactivos que se presentan en cada unidad.

Junto con estos estudios de casos también se han diseñado tres **cuestionarios** sobre contenidos básicos de las unidades didácticas, que forman parte de la evaluación continua. Dichos cuestionarios son tipo test y contienen 10 preguntas con 4 posibles respuestas, siendo sólo una la respuesta correcta. Los cuestionarios están basados en los conceptos básicos que se desarrollan en cada una de las unidades didácticas, realizándose el primero en la unidad didáctica 2 sobre los contenidos de las unidades 1 y 2, el segundo en la unidad didáctica 4 sobre los contenidos de las unidades 3 y 4, y el tercero y último en la unidad didáctica 6 que versará sobre los contenidos de las unidades 5 y 6.

Además de los estudios de casos y los cuestionarios sobre contenidos también se han incluido tres **foros** sobre conceptos y métodos relacionados con las estrategias y que actualmente estén desarrollando empresas de nuestro entorno económico, en el que se le pedirá a los alumnos que desde una perspectiva crítica comenten noticias de actualidad sobre decisiones estratégica empresarial, pongan ejemplos reales y apliquen los conocimientos teóricos adquiridos hasta el momento. En estos foros se valorarán la capacidad de razonamiento del alumno, la fundamentación de las argumentaciones, la relación de sus argumentaciones con los contenidos de las unidades didácticas, así como la iniciativa en la propuesta de temas relacionados con las unidades didácticas que se estén trabajando. Los foros se encuentran en las unidades 1, 3 y 5.

Para finalizar también se propone como instrumento de evaluación continua la realización de un **trabajo colaborativo** que se desarrollará durante la programación de las 4 primeras unidades, debiendo los alumnos entregarlo en la unidad didáctica 4. Con este trabajo se intenta que los estudiantes analicen en profundidad el proceso de planificación estratégica diseñado e implantado por una empresa real, estableciendo un análisis crítico que conlleve un análisis de la estrategia actual y propuestas de mejora para dichas empresas. La extensión del trabajo será entre 15-25 folios, con tipo de letra arial 11, incluyéndose bibliografía y fuentes consultadas.

Junto a los foros anteriores el alumno encontrará un foro de dudas en cada unidad didáctica en el que podrá plantear todas las cuestiones relacionadas con la temática de la unidad correspondiente y que estará activo durante el desarrollo de la unidad correspondiente.

EVALUACIÓN

Sistema evaluativo

En caso de que la situación sanitaria impida la realización presencial de los exámenes con todas las garantías, la Universidad Isabel I celebrará dichas pruebas en modalidad online. Para la realización de dichos exámenes, la universidad incorporará la herramienta de proctoring a nuestra plataforma tecnopedagógica, con el objetivo de garantizar los procesos de autenticación del alumno, como el control del entorno durante el desarrollo de las pruebas de evaluación. A su vez, la Universidad Isabel I pondrá a disposición del alumnado una Unidad de Exámenes Online específica para ofrecer apoyo técnico durante todo el proceso y así solventar todas las incidencias que se puedan presentar.

El sistema de evaluación se basará en una selección de las pruebas de evaluación más adecuadas para el tipo de competencias que se trabajen. El sistema de calificaciones estará acorde con la legislación vigente (*Real Decreto 1125/2003, de 5 de septiembre, por el que se establece el sistema europeo de créditos y el sistema de calificaciones en las titulaciones universitarias de carácter oficial y de validez en todo el territorio nacional*).

El sistema de evaluación de la Universidad Isabel I queda configurado de la siguiente manera:

Sistema de evaluación convocatoria ordinaria

Opción 1. Evaluación continua

Los estudiantes que opten por esta vía de evaluación deberán realizar el **seguimiento de la evaluación continua (EC)** y podrán obtener hasta un **60 %** de la calificación final a través de las actividades que se plantean en la evaluación continua.

Además, deberán realizar un **examen final presencial (EX)** que supondrá el **40 %** restante. Esta prueba tiene una parte dedicada al control de la identidad de los estudiantes que consiste en la verificación del trabajo realizado durante la evaluación continua y otra parte en la que realizan diferentes pruebas teórico-prácticas para evaluar las competencias previstas en cada asignatura.

Para la aplicación de los porcentajes correspondientes, el estudiante debe haber obtenido una nota mínima de un 4 en cada una de las partes de las que consta el sistema de evaluación continua.

Se considerará que el estudiante supera la asignatura en la convocatoria ordinaria por el sistema de evaluación continua, siempre y cuando al aplicar los porcentajes correspondientes se alcance una calificación mínima de un 5.

Opción 2. Prueba de evaluación de competencias

Los estudiantes que opten por esta vía de evaluación deberán realizar una **prueba de evaluación de competencias (PEC)** y un **examen final presencial (EX)**.

La **PEC** se propone como una prueba que el docente plantea con el objetivo de evaluar en qué medida el estudiante adquiere las competencias definidas en su asignatura. Dicha prueba podrá ser de diversa tipología, ajustándose a las características de la asignatura y garantizando la evaluación de los resultados de aprendizaje definidos. Esta prueba supone el 50 % de la calificación final.

El **examen final presencial**, supondrá el **50 %** de la calificación final. Esta prueba tiene una parte dedicada al control de la identidad de los estudiantes que consiste en la verificación del seguimiento de las actividades formativas desarrolladas en el aula virtual y otra parte en la que realizan diferentes pruebas teórico-prácticas para evaluar las

competencias previstas en cada asignatura.

Al igual que con el sistema de evaluación anterior, para la aplicación de los porcentajes correspondientes el estudiante debe haber obtenido una puntuación mínima de un 4 en cada una de las partes de las que consta la opción de prueba de evaluación de competencias.

Se considerará que el estudiante supera la asignatura en la convocatoria ordinaria por el sistema de la prueba de evaluación de competencias siempre y cuando al aplicar los porcentajes correspondientes se alcance una calificación mínima de un 5.

Sistema de evaluación convocatoria extraordinaria

Todos los estudiantes, independientemente de la opción seleccionada, que no superen las pruebas evaluativas en la convocatoria ordinaria tendrán derecho a una convocatoria extraordinaria.

La convocatoria extraordinaria completa consistirá en la realización de una **prueba de evaluación de competencias** que supondrá el **50 %** de la calificación final y un **examen final presencial** cuya calificación será el **50 %** de la calificación final.

Para la aplicación de los porcentajes correspondientes, el estudiante debe haber obtenido una nota mínima de un 4 en cada una de las partes de las que consta el sistema de evaluación de la convocatoria extraordinaria.

Los estudiantes que hayan suspendido todas las pruebas evaluativas en convocatoria ordinaria (evaluación continua o prueba de evaluación de competencias y examen final) o no se hayan presentado deberán realizar la convocatoria extraordinaria completa, como se recoge en el párrafo anterior.

En caso de que hayan alcanzado una puntuación mínima de un 4 en alguna de las pruebas evaluativas de la convocatoria ordinaria (evaluación continua o prueba de evaluación de competencias y examen final), se considerará su calificación para la convocatoria extraordinaria, debiendo el estudiante presentarse a la prueba que no haya alcanzado dicha puntuación o que no haya realizado.

En el caso de que el alumno obtenga una puntuación que oscile entre el 4 y el 4,9 en las dos partes de que se compone la convocatoria ordinaria (EC o PEC y examen), solo se considerará para la convocatoria extraordinaria la nota obtenida en la evaluación continua o prueba de evaluación de competencias ordinaria (en función del sistema de evaluación elegido), debiendo el alumno realizar el examen extraordinario para poder superar la asignatura.

Al igual que en la convocatoria ordinaria, se entenderá que el alumno ha superado la materia en convocatoria extraordinaria si, aplicando los porcentajes correspondientes, se alcanza una calificación mínima de un 5.

BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

Bibliografía básica

Navas, J. y Guerra, L. (2018): Fundamentals of Strategic Management. Thomson Reuters.

En este libro, que contiene una estructura de manual, se relacionan las diferentes fases para el diseño estratégico en una empresa, con una visión prácticas y relacionando las

diferentes estrategias con casos de éxitos. Se establecen diferentes modelos estratégicos como respuesta a los principales retos que se enfrentan las empresas en sus contextos competitivos.

Vargas Sánchez, A. (2009). *Dirección Estratégica/Strategic Management*. Publicaciones de la Universidad de Huelva. Materiales para la Docencia, nº 16.2 Huelva.

En esta obra se analizan los fundamentos y la evolución de la dirección estratégica hasta llegar a la actual disciplina del Management. Las diferentes escuelas de pensamiento estratégico y las diferentes opciones estratégicas se analizan en esta obra que ayuda al lector a tener una visión global de las fases del proceso estratégico en las empresas.

Bibliografía complementaria

Anderson, C. (2013). *Makers: La nueva revolución industrial (Nuevos Paradigmas)*. Empresa Activa.

Asensio del Arco, E. y Vázquez Blomer, B. (2008): *Cómo crear tu nueva empresa para sobrevivir a la crisis*. Ed. Paraninfo. Madrid.

Barringer, B. E Ireland, D. (2008): *Entrepreneurship: Successfully Launching New Ventures*. 2ª Edición. Prentice Hall.

Bermejo, M. y De La Vega I. (2010): *Crea tu propia empresa. Estrategias para su puesta en marcha y supervivencia*. Ed. McGraw Hill. Madrid.

Bueno Campos, E. (1996). *Dirección Estratégica de la empresa. Metodología, técnicas y casos*. Madrid: Pirámide.

Bueno Campos, E.; Morcillo Ortega P., y Salmador y Sánchez, M.P. (2005). *Dirección estratégica. Nuevas perspectivas teóricas*. Madrid: Pirámide, .

Bueno Campos, E.; Salmador Sánchez, M.P.; Merino Moreno, C. y otros. (2006). *Dirección estratégica. Desarrollo de la estrategia y análisis de casos*. Madrid: Pirámide.

Casillas, T. Y Martí J.M. (2006): *Guía para la creación de empresas*. 3ª ed. Fundación EOI, Madrid.

Celaya, J. (2011). *La Empresa en la Web 2.0*. Centro Libros PAPP.

Dess, G.G.; Lumpkin, G.T. (2003). *Dirección Estratégica*. Madrid: McGraw-Hill.

Díez, E.; Martín, F. y Periañez, R. (1995). *Estructurar las organizaciones. 18 casos prácticos de análisis de problemas y búsqueda de soluciones*. Madrid: Síntesis.

Fernández, R. (2005). *Administración de la Responsabilidad Social Corporativa*. Paraninfo Thomson Learning.

Gil E. y, Angeles M. (2003). *Cómo crear y hacer funcionar una empresa conceptos e instrumentos*, Madrid, ESIC

Gómez J.M.; Galina D., Mira , I.; León , D. (2002). *Manual para la Creación de Empresas por Universitarios*. Universidad Miguel Hernández de Elche.

Grant, R.M. (1998). *Contemporary Strategy Analysis. Concepts, Techniques, Applications*. Blackwell Publishers.

- Grant, R.M. (2004). *Dirección Estratégica: conceptos, técnicas y aplicaciones*. Madrid: Cívitas,.
- Hernández , R. (2009). *Creación de Empresas. Aproximación al Estado del Arte*. Ed. Juruá.
- Hill, C.W.L.; Jones, G.R. (1996). *Administración Estratégica. Un enfoque integrado*. Santafé de Bogotá: McGraw-Hill.
- Johnson, G. y Scholes, K. (2006). *Dirección estratégica*. Prentice Hall. Madrid
- Johnson, G.; Scholes, K. (1993). *Exploring Corporate Strategy. Text and Cases*. Prentice Hall International.
- Johnson, G.; Scholes, K.; Whittington, R. (2010). *Fundamentos de Estrategia*. Madrid: Pearson Educación.
- Kaplan, R.S.; Norton, D.P. (1997). *Cuadro de Mando Integral (The Balanced Scorecard)*. Barcelona: Gestión 2000.
- Kaplan, R.S.; Norton, D.P. (2001). *Cómo utilizar el Cuadro de Mando Integral*. Barcelona: Gestión 2000.
- Kolter, P. (2000). *Dirección de Marketing*. Prentice Hall. Madrid
- López, F. (2008). *El poder del Networking*. Netbiblo. Barcelona
- Macmillan, H.; Tampoe, M. (2000). *Strategic Management*. Oxford University Press.
- Menguzzato, M.; Renau, J.J. (1991). *La Dirección Estratégica de la empresa. Un enfoque innovador del management*. Barcelona: Ariel.
- Mintzberg, H.; Quinn, J.B.; Ghoshal, S. (1999). *El proceso estratégico (edición europea revisada)*. Madrid: Prentice Hall.
- Navas López, J.E.; Guerras Martín, L.A. (1998). *La Dirección Estratégica de la empresa. Teoría y aplicaciones*. Madrid: Cívitas.
- Navas López, J.E.; Guerras Martín, L.A. (2000). *Casos de Dirección Estratégica de la Empresa*. Madrid: Civitas.
- Ostewalder, A. y Peigner, Y. (2010). *Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers*. John Wiley & Sons Ltd. NY.
- PM2 Project Management Methodology. European Commission. EU Publications
- PROJECT MANAGEMENT INSTITUTE. (2017). *Guía de los Fundamentos para la Dirección de Proyectos (Guía del PMBOK) - Sexta Edición*. Project Management Institute, Inc. Polo, F. y Polo L. (2012). *#Socialholic*. Gestión 2000. Madrid
- Rojas J. Y Bertran , S. (2010). *El plan de viabilidad: guía práctica para su elaboración y negociación*. Profit Editorial. Barcelona.
- Triadó, X., Aparicio, P., Jaría, N. y Elasri, A. (2011) *Administración de la empresa. Teoría y práctica*. McGrawHill.
- Triadó, X., Aparicio, P., Jaría, N. y Elasri, A. (2011) *Administración de la empresa. Teoría y práctica*. McGrawHill.

Otros recursos

<http://www.expansion.com/>

Web de diario de información y actualidad económico empresarial.

<http://cincodias.com/>

Web de información del entorno empresarial y económico.

<http://www.uhu.es/GEIDETUR/>

Web de información sobre Grupo de investigación en dirección estratégica de empresas del sector turístico.

<http://www.eleconomista.es/>

Información sobre entorno económico y empresarial.

<http://www.estrategia.net/estrategia/>

Revista de información empresarial del País Vasco

<http://www.aulamarketing.net/estrategia-empresarial-definicion-e-importancia-para-la-gestion-de-empresas/>

Web sobre estrategias empresariales relacionadas con el marketing y los negocios.

http://www.eoi.es/wiki/index.php/Estrategia_empresarial_Conceptos_en_Proyectos_de_negocio

Web de la fundación pública dependiente del Ministerio de Industria de la Escuela de la Organización Industrial.

<http://www.grupoalbe.com/productos-de-consultoria/planeacion-estrategica/definicion-de-estrategia-empresarial-y-conceptos-relacionados/>

Web sobre conceptos de estrategia empresarial.

<http://www.ideasparapymes.com/contenidos/los-4-pilares-de-una-estrategia-empresarial.html>

Web que analiza estrategias seguidas por las pymes para mejorar su competitividad.

<http://economipedia.com/definiciones/estrategia-empresarial-porter.html>

Web que difunde los planteamientos de autores en el área del Management.

<http://retos-directivos.eae.es/como-seleccionar-tu-estrategia-empresarial/>

Web sobre competencias directivas a la hora de diseñar estrategias empresariales.

<http://infoautonomos.eleconomista.es/blog/estrategia-empresarial-4-pasos-fundamentales-para-definirla/>

Web en el que se analizan los pasos para definir estrategias de autónomos.

<http://www.aedem-virtual.com/>

Web de la Academia Europea de Dirección y Economía de la Empresa

<http://www.upo.es/RevMetCuant/index.php?lang=es>

Revista de métodos cuantitativos para la dirección de la empresa.