

# Fundamentos De Direccion Estrategica De La Empresa

When somebody should go to the books stores, search establishment by shop, shelf by shelf, it is in fact problematic. This is why we give the books compilations in this website. It will certainly ease you to look guide **Fundamentos De Direccion Estrategica De La Empresa** as you such as.

By searching the title, publisher, or authors of guide you in point of fact want, you can discover them rapidly. In the house, workplace, or perhaps in your method can be every best area within net connections. If you strive for to download and install the Fundamentos De Direccion Estrategica De La Empresa , it is very easy then, in the past currently we extend the member to buy and create bargains to download and install Fundamentos De Direccion Estrategica De La Empresa therefore simple!

El proceso estratégico de la empresa - Carlos J Roch García 2022

El objeto de la obra es profundizar en el estudio y la comprensión del proceso estratégico de la empresa, desde una perspectiva global e integradora, de modo que se logre alcanzar una visión amplia y clara sobre las distintas formas que puede mostrar este proceso. Con tal fin, el autor se ha planteado los siguientes objetivos concretos, que aborda a lo largo del texto: · Establecer un marco teórico. · Presentar un nuevo modelo de aplicación general. · Examinar una serie de casos de estudio. Introducción Parte I. Marco conceptual: Fundamentos de la dirección estratégica. 1. Estrategia empresarial. 2. Dirección estratégica. Parte II. El proceso estratégico de la empresa: Marco teórico. 3. Concepto, aportaciones y tipologías existentes en torno al proceso estratégico. 4. Proceso estratégico de tipo deliberado. 5. Proceso estratégico de tipo emergente. 6. Proceso estratégico compuesto por acciones deliberadas y emergentes. 7. Aspectos que pueden influir sobre el proceso estratégico. 8. Recomendaciones generales para la definición de los procesos estratégicos en las empresas. Parte III. El proceso estratégico de la empresa: Modelo integrador.

**Casos de dirección estratégica de la empresa** - Luis Ángel Guerras Martín 2020

**Optimum Decision Making in Asset Management** - Carnero, María Carmen 2016-08-24

Asset management is becoming increasingly important to an organization's strategy, given its effects on cost, production, and quality. No matter the sector, important decisions are made based on techniques and theories that are thought to optimize results; asset management models and techniques could help maximize effectiveness while reducing risk. Optimum Decision Making in Asset Management posits that effective decision making can be augmented by asset management based on mathematical techniques and models. Resolving the problems associated with minimizing uncertainty, this publication outlines a myriad of methodologies, procedures, case studies, and management tools that can help any organization achieve world-class maintenance. This book is ideal for managers, manufacturing engineers, programmers, academics, and advanced management students.

La dirección estratégica de la empresa - Alfonso Vargas Sánchez 1999

*Fundamentos de la dirección estratégica* - Jeffrey S. Harrison 2002-01-01

Fundamentos de la dirección estratégica ofrece una introducción concisa y equilibrada de las teorías y perspectivas más importantes en este campo. Los autores presentan una visión actualizada de los temas de mayor peso en la estrategia de hoy en día, ilustrándola con ejemplos tomados de empresas punteras para ayudar a los lectores a comprender y desarrollar las técnicas de análisis y

toma decisiones.

**Fundamentos de dirección de operaciones en empresas de servicios** - María Luz Martín Peña Eloísa Díaz Garrido 2018-01-19

Vivimos en un mundo de servicios. La evolución de las sociedades desarrolladas ha supuesto la progresiva tercerización de la economía, con una importante contribución a la generación de riqueza y empleo. Surge así una necesidad de estudiarlo en profundidad desde diferentes perspectivas. La dirección de las operaciones es una de ellas, de las más importantes, puesto que establece las bases de la actividad productiva implicada en la creación y entrega de los servicios. Bajo este planteamiento, Fundamentos de dirección de operaciones en empresas de servicios, sitúa las operaciones como el núcleo de la actividad empresarial de servicios, dado que son las responsables de la mayor parte de los procesos que intervienen en la creación y prestación del servicio. Los directores de operaciones son los responsables de un amplio porcentaje de costes en la empresa. Desde la definición del servicio, en términos de negocio de servicio, se necesita un planteamiento estratégico. Los sistemas de entrega, la localización de las actividades, la planificación de la capacidad, el personal de front office y de back office, la calidad, son todos temas analizados desde la perspectiva de la dirección de operaciones. Con el libro Fundamentos de dirección de operaciones en empresas de servicios, queremos contribuir a facilitar el análisis sistemático de la gestión operativa de las empresas de servicios, a las que muchas veces se obvia desde los textos teóricos, y se les aplican conceptos, técnicas y métodos por comparación con lo que es y no es manufactura. Índice PRIMERA PARTE: LA DIRECCIÓN DE OPERACIONES EN LAS EMPRESAS DE SERVICIOS.- Los servicios en la sociedad actual.- La Dirección de Operaciones en la empresas: bienes y servicios.- La estrategia de operaciones.- SEGUNDA PARTE: DISEÑO DE OPERACIONES EN LAS EMPRESAS DE SERVICIOS: ASPECTOS OPERATIVOS.- Servicio y proceso: el sistema de entrega en servicios.- Localización y distribución en planta.- Capacidad en servicios. Líneas de espera.- El factor trabajo en las empresas de servicios.- TERCERA PARTE: EL CONTROL EN LAS EMPRESAS DE SERVICIOS.- La calidad del servicio.- Medida de la calidad de servicio.- Las tecnologías de la información en los servicios.

*Fundamentos de la dirección de empresas* - Juan Antonio Pérez López 2018-02-01

Este libro es un manual sobre la dirección de empresas dirigido a economistas, empresarios, ejecutivos, directivos y estudiantes de estas materias en los institutos de empresa y facultades universitarias. Trata sobre la empresa como organización humana, las decisiones de gobierno (qué criterios deben regir las decisiones de los directivos) y la acción directiva (cómo se aplican estas decisiones, el diseño y la planificación estratégica).

Dirección estratégica de la pyme - Gonzalo Caballero Míguez 2005-12-14

Las empresas son organizaciones económicas que necesitan aplicar una estrategia que les permita sobrevivir en un escenario de globalización y competencia donde las fuerzas del mercado son difíciles de controlar. La formulación y puesta en marcha de esta estrategia corresponde a la dirección estratégica de la empresa. Estrategia y dirección son las dos caras de una misma moneda que pueden favorecer la evolución de la pyme, impulsando la consecución de objetivos, la supervivencia en circunstancias adversas, el nivel de eficiencia o la maximización de beneficios. Con este material didáctico, Ideaspropias Editorial le ofrece la posibilidad de conocer las bases de la dirección estratégica, incluyendo el análisis, la formulación, la elección y la aplicación de estrategias. 'Dirección Estratégica de la Pyme' es, además, un manual de fácil lectura en el que, al finalizar cada una de las unidades didácticas, encontrará ejercicios prácticos que le servirán de gran ayuda para fijar muchos de los conceptos que en él se recogen.

**Fundamentos de dirección y administración de empresas** - 2011

El Espacio Europeo de Educación Superior ha promovido cambios profundos en la formación universitaria. Este libro, destinado a servir como material básico teórico para el estudio de las asignaturas relacionadas con los fundamentos de dirección y administración de empresas de los nuevos títulos de grado, se ha escrito bajo esas premisas. En esta nueva edición se han revisado los contenidos y ejemplos incluidos en el manual para mantenerlos actualizados. Esto permite que alumnos y profesores dispongan de elementos para el estudio adaptados al contexto actual dentro y fuera del aula. El libro se estructura en once capítulos que ofrecen una aproximación a la empresa, a su dirección y a las áreas funcionales más relevantes. Los primeros cinco capítulos tratan sobre el concepto de empresa y su tipología. En los tres primeros se presenta la figura del empresario en sus diferentes acepciones individual y corporativa, y se desarrollan los aspectos relacionados con la propiedad, la dirección y el gobierno de las empresas. En el capítulo cuatro se analiza el entorno de la empresa como un factor relevante para comprender su actividad y los resultados logrados. Este capítulo permite dar paso al concepto de la dirección estratégica, que se presenta en el capítulo cinco, y trata sobre el concepto de estrategia y las diferentes opciones estratégicas a nivel corporativo y competitivo. Los capítulos seis y siete se centran en la función de administración. En concreto, el primero de ellos se encarga de explicar los conceptos vinculados al proceso de planificación y control, y el segundo aborda la función de organización y establece el proceso a seguir para diseñar una estructura organizativa tal que permita alcanzar los objetivos definidos en la etapa previa. Finalmente, en cuatro temas, se estudian las áreas funcionales esenciales de la empresa, esto es, producción, finanzas, recursos humanos y marketing.

**La dirección de la empresa asociativa: fundamentos y metodología para una gestión eficiente en las M.A.R.** -

**Dirección estratégica bancaria** - Sanchís Palacio, Joan Ramón 2002-01-01

Las entidades bancarias españolas han asistido durante estas dos últimas décadas a un fuerte proceso de cambios que está repercutiendo directamente en sus comportamientos estratégicos. Por ello, se hace necesaria la aplicación de un nuevo estilo de dirección que permita a estas entidades alcanzar los objetivos marcados. En este sentido, el presente libro tiene por objeto plantear y describir las líneas fundamentales de ese nuevo estilo de dirección necesario en la actualidad para las entidades bancarias, basado en los fundamentos de la

Dirección Estratégica, enfoque que se caracteriza por la globalidad o consideración y estudio del conjunto de áreas y aspectos de la empresa y la integración o análisis de las interrelaciones que se dan entre los diferentes aspectos estudiados (visión holística de la empresa). El libro se ha estructurado en siete capítulos, a lo largo de los cuales se analizan los diferentes aspectos relacionados con la dirección de entidades bancarias y su entorno, tanto en lo que respecta a los aspectos estratégicos como en lo referente a los aspectos estructurales. INDICE: Introducción. Las entidades bancarias en el marco del sistema financiero español. Análisis del entorno competitivo bancario. Análisis estratégico bancario. Estrategias de crecimiento de las entidades bancarias. Estructura organizativa bancaria. La banca federada. El ajuste estrategia-estructura. Dos casos prácticos del sector bancario en España. Bibliografía. Aplicando la clase invertida en empresa, economía y turismo. - 2018-06-22

La clase invertida es una metodología docente innovadora de popularidad creciente. Consiste en invertir la forma tradicional de la docencia a la que estamos acostumbrados. Para ello, traslada fuera del aula el aprendizaje teórico, tradicionalmente impartido a través de lecciones magistrales, para utilizar el tiempo en el aula para el trabajo práctico y en grupo del alumnado. Aunque esto se ha utilizado con anterioridad, el desarrollo de las nuevas tecnologías ha permitido una mayor facilidad en el uso de esta metodología, principalmente por la cantidad de recursos docentes disponibles, como es el caso de los vídeos docentes, que se adaptan muy bien al perfil de los nuevos estudiantes. En este volumen, profesores de las áreas de empresa, economía y turismo dan guías básicas sobre cómo implementar dicha metodología, incluyendo materiales didácticos y ejemplos sobre cómo implementarla paso a paso. Cada capítulo es el resultado de la experiencia de los profesores en dichas áreas, fruto del desarrollo de dos proyectos de innovación docente llevados a cabo desde la Titulación de Administración y Dirección de Empresas y la Titulación de Turismo en la Universidad Católica de Murcia. Así, tras una introducción general a la metodología docente que permita su adecuada comprensión y una revisión de su implantación a nivel universitario, los distintos capítulos explican cómo aplicar la clase invertida con ejemplos prácticos de análisis económico, contabilidad, marketing, dirección estratégica y política de empresa, economía de la empresa, economía financiera, economía del turismo, gestión del turismo activo, ocio y tiempo libre, y geografía de los recursos y destinos turísticos. Se incluye, además, un capítulo adicional que explica cómo aplicar la clase invertida también en áreas de formación profesional relacionadas. Este trabajo es por tanto una guía de gran interés para el profesorado de las áreas de empresa, economía y turismo, especialmente a nivel universitario, pero también para el resto de niveles. Los profesores de cualquiera de estas áreas podrán introducirse aquí en la metodología de la clase invertida y, con casos prácticos específicos de cada asignatura, entender de forma sencilla cómo comenzar la implementación de esta metodología. Una forma alternativa de llevar a cabo la docencia que, como afirmó Roach, permite que el profesor pase de ser el guía a convertirse en un acompañante del alumno, quien pasa a ser el verdadero protagonista del proceso de enseñanza-aprendizaje.

Dirección estratégica - Eduardo Bueno Campos 2006

Esta obra ofrece una exposición conceptual y metodológica de la estrategia y su proceso de formación en las organizaciones. El contenido se articula en tres partes diferenciadas pero secuencialmente relacionadas: la primera presenta los fundamentos teóricos de la dirección estratégica, la segunda desarrolla el proceso de formación de la estrategia, considerando sus categorías conceptuales, y la

tercera analiza los nuevos enfoques que construyen el marco doctrinal y de desarrollo práctico de la dirección estratégica actual. La obra constituye una guía de estudio, reflexión y crítica para entender el contenido y proceso de formación de la estrategia, a la vez que ofrece las bases para comprender el alcance teórico y práctico que expresa la dirección estratégica, en especial desde los enfoques modernos que la configuran basados en el conocimiento, la complejidad y la innovación.

**Fundamentos de la dirección estratégica** - José Manuel Rodríguez Carrasco 1998

**Fundamentos de dirección de empresas. Conceptos y habilidades directivas** - DASÍ COSCOLLAR, ANGELS 2014-01-01

Esta obra enfatiza la importancia del aprendizaje basado en competencias. Su objetivo es formar a los futuros profesionales de la Dirección de Empresas abarcando el nivel de las habilidades o "saber hacer" y el de las actitudes y los valores o "saber estar", junto a un desarrollo riguroso de los conocimientos o del "saber". Fruto de nuestra experiencia docente y de nuestra participación en proyectos de innovación educativa durante la puesta en marcha del Espacio Europeo de Educación Superior, detectamos la necesidad de una obra que combinase equilibradamente conocimientos, habilidades y actitudes. Así nació la primera edición. La experiencia docente en los grados y las sugerencias de alumnos y colegas de profesión nos ha ofrecido la oportunidad de actualizar y mejorar la obra en esta segunda edición. Así, el libro Fundamentos de Dirección de Empresas. Conceptos y habilidades directivas combina tres planos que van desarrollándose de forma incremental: el logro de conocimientos teóricos básicos acerca de la empresa y su dirección; el desarrollo de ciertas habilidades o "saber hacer" -la búsqueda de información, el análisis y la valoración de la misma, la comunicación oral y escrita, el trabajo en equipo y la toma de decisiones-, imprescindibles para un futuro directivo; y el fomento de actitudes, valores y normas -especialmente, espíritu crítico, tolerancia, actitud emprendedora y cooperación para el trabajo en equipo -necesarias para el desarrollo de la actividad profesional. Este enfoque hacia el aprendizaje activo del estudiante y las competencias profesionales es el elemento distintivo de la obra y está presente en toda ella. Para su elaboración se ha contado con un equipo de cuatro autoras especializadas en diferentes disciplinas pertenecientes al área de Organización de Empresas del Departamento de Dirección de Empresas de la Universidad de Valencia. Las autoras tienen una amplia experiencia docente en asignaturas de grado y máster de diversas titulaciones y han participado en proyectos de innovación educativa que han recibido diversas distinciones por su excelencia.

*Foundations of management* - Juan Antonio Pérez López 2021-09-01

The purpose of this edition is to open new avenues up for research and resolution of problems, especially in business organizations and institutions with a great impact on people's everyday lives, in which is something easy to observe the relation among effectiveness, efficiency, and consistency. This pressing also collects the extensive experience of the author on Government Decisions and Action. Its mission is to form persons for the practice of management, taken as a profession, and to develop new knowledge in the service of persons, firms, and society as a whole. The content is divided into three parts: The Company as a Human Organization, Governance Decisions and Management Action. Juan Antonio Pérez López, who died in 1996, was DBS of Harvard University and Professor at the Institute for Advanced Studies in Barcelona Company (IESE), which he also managed. His researches and publications have been focused on issues of Business

Organization, which includes and integrates anthropological and ethical aspects too. Rialp has also published his book Theory of human action in organizations. *Dirección estratégica y planificación financiera de la PYME* - F. Maqueda Lafuente 1992-02

Dirección estratégica y planificación financiera de la PYME intenta acercar, de una manera sencilla y con un lenguaje científico claro, las referidas técnicas a las personas encargadas de gestionar las empresas comerciales, industriales y de servicios, dotadas de una dimensión reducida. INDICE: La pequeña empresa. Técnicas y sistemas de dirección. Integración de objetivos, estructura financiera y gestión presupuestaria. El sistema de objetivos y el proceso de formulación de estrategias. Un modelo de planificación estratégica para la PYME. La importancia de la planificación financiera en el contexto de la dirección estratégica empresarial. Funciones y objetivos de la dirección financiera en las pequeñas empresas, etc.

**Fundamentals of Strategic Management** - José Emilio Navas López 2013

The main purpose of this book is to be used for the higher education of undergraduates in Business Administration and Management and other similar degree courses who have an interest in subjects related to Management and Strategy, and who are studying the syllabus in English. The text is especially recommended for short courses, and has been adapted to the teaching methods proposed by the European Higher Education Area (Bologna Process). It is also of use as an introduction to the subject for post-graduate students on courses at universities, business schools and similar institutions, in subjects related to Strategy, as well as a required reference tool for all those professionals and business executives who from a practical perspective assume a predominantly applied view of business and are responsible for managing and advising firms. Through this three-pronged approach, the book is an introductory handbook that covers the more salient issues and problems that make up the theoretical corpus of the management model referred to as Strategic Management. [www.guerrasynavas.com](http://www.guerrasynavas.com)

*Fundamentos de dirección y administración de empresas* -

**La estrategia expresionista** - Miguel Arjona Torres 2013-09-06

Un libro sobre los fundamentos de la estrategia desde un enfoque moderno, práctico y actual. Desarrolla los cuatro elementos esenciales del Diseño y Dirección de las Estrategias Competitivas. Propone un nuevo modelo que integra todos los elementos para poder desarrollar una estrategia eficaz.: Los Fundamentos y la Lógica Estratégica. El vocabulario estratégico. El Diseño y Desarrollo de Modelos de Negocio como herramientas clave para la dirección y valoración de empresas. La Innovación integrada en la estrategia desde un enfoque de gestión. La Gestión de las Personas como el activo estratégico fundamental para conseguir los objetivos. Un libro escrito desde la experiencia directiva, docente y emprendedora que te permitirá: Entender los conceptos de estrategia y aplicarlos en tu empresa. Comprender como se crea valor económico y vincularlo con las decisiones clave. Utilizar los modelos de negocio sin necesidad de memorizar lienzos y modelos predefinidos. Diseñar cuadros de mando con sentido común, mapas para visualizar tu modelo de negocio y simulaciones en excel, para comprender el impacto de tus decisiones. Entender los aspectos clave de la innovación como motor de mejoras de la empresa. Cómo diseñar un proceso de innovación y aplicarlo en el día a día. Mejorar la gestión de tus equipos gracias a la comprensión de los procesos de cambio

Dirección estratégica de recursos humanos : fundamentos y perspectivas teóricas - Natalia García Carbonell 2017-10

El libro *Fundamentos y perspectivas teóricas de la dirección estratégica de los recursos humanos* propone un enfoque marcadamente teórico y de reflexión sobre el origen y la evolución de la dirección estratégica de los recursos humanos como disciplina de investigación. Orientado fundamentalmente a alumnos de posgrado y doctorado, la obra persigue iniciar al estudiante en los principales argumentos teóricos que dan soporte a la disciplina, así como motivar el análisis de los mismos a través de preguntas de reflexión y el trabajo en equipo.

*Casos de dirección estratégica* - Juan Llopis Taverner 2012-05

**Fundamentos de dirección y administración de empresas** - María del Mar Fuentes Fuentes 2014

Introducción. La empresa y la dirección de empresas. Teorías de la empresa. El empresario, la dirección y el gobierno de las empresas. El entorno de la empresa. La dirección estratégica. Objetivos, planificación y control. La función de organización. La dirección de la producción. La dirección financiera. La dirección de recursos humanos. La dirección de marketing.

**Fundamentos en la dirección de la empresa familiar. Emprendedor, empresa y familia** - BASCO, RODRIGO 2007-01-01

Desarrolla un marco de estudio para la Dirección de la Empresa Familiar. Se analizan los elementos característicos y sus diferentes manifestaciones que dan lugar a comportamientos específicos que originan una forma peculiar de gestión y gobierno en este tipo de empresas. Los aspectos económicos y familiares se integran para generar una base de competencias que representa la existencia de un Management Familiar. Así pues, el texto pretende sensibilizar al lector en el conocimiento de las manifestaciones de la relación empresa-familia y sus consecuencias para el proyecto empresarial. El centro del análisis reconoce en las personas el activo intangible que genera la visión última de la empresa.

**Dirección de Marketing** - Jaime Rivera Camino 2009-10-13

El libro tiene una orientación práctica, pues está dirigido a mostrar las principales decisiones que deben tomar los directivos para satisfacer a sus mercados en un entorno altamente competitivo. Por tanto, el libro presenta conceptos y aplicaciones claves para profesionales y estudiantes interesados en la disciplina del marketing. Trata de reproducir el proceso estratégico y operativo del marketing para ofrecer conceptos aplicables a todo tipo de empresas y mercados. La obra realiza un recorrido por: • Las características del marketing, su aplicabilidad en las empresas y para mostrar los diferentes tipos de entorno que pueden condicionarlo. • Las decisiones que pueden restringir la función comercial: como segmentar para evaluar y predecir la demanda, y cuáles son las variables que deben conocerse para investigar la conducta de compra de los mercados. • El plan del marketing como el eje del proceso directivo, ya que se muestra como el puente entre la estrategia y los planes operativos de la mezcla de marketing. • Y las políticas sobre producto, precio, distribución y comunicación que deben dirigir las empresas para satisfacer exitosamente a sus mercados. Todos los capítulos siguen la misma estructura para facilitar la comprensión del material presentado en el libro. En las primeras páginas de cada capítulo se ofrecen un índice y los objetivos del tema. Después de una breve lectura introductoria, sigue la exposición del tema y se concluye con un resumen del capítulo, un caso práctico y varias cuestiones a debatir. Asimismo, todos los capítulos están ilustrados con esquemas y ejemplos de la aplicabilidad práctica de los conceptos desarrollados. Así, los directivos pueden encontrar en este libro una guía para sus decisiones estratégicas y operativas. Los estudiantes pueden

disponer de un texto que puede guiarles en su interés de conocer los principales aspectos de la dirección de marketing. Y los profesores pueden usar de forma articulada o aislada cada capítulo para desarrollar seminarios o módulos de diferente duración didáctica. Índice: Parte I: Fundamentos del marketing. 1.- Marketing: conceptos y dimensiones. 2.- Entorno y globalización. Parte II: Función comercial. 3.- Segmentación del mercado. 4.- La demanda. 5.- Comportamiento del consumidor. Parte III: Estrategias de marketing. 7.- Planificación, organización y control de la estrategia de marketing. 8.- El producto: concepto y gestión. 9.- El precio. 10.- La distribución. 11.- La comunicación: la publicidad. 12. La promoción.- Casos prácticos.- Bibliografía.

*Fundamentos de dirección y administración de empresas* - María del Mar Fuentes Fuentes 2011-10-10

El Espacio Europeo de Educación Superior ha promovido cambios profundos en la formación universitaria. Este libro, destinado a servir como material básico teórico para el estudio de las asignaturas relacionadas con los fundamentos de dirección y administración de empresas de los nuevos títulos de grado, se ha escrito bajo esas premisas. La obra se estructura en once capítulos que ofrecen una aproximación a la empresa, a su dirección y a las áreas funcionales más relevantes. Los primeros cinco capítulos tratan sobre el concepto de empresa y su tipología. En los tres primeros se presenta la figura del empresario en sus diferentes acepciones individual y corporativa, y se desarrollan los aspectos relacionados con la propiedad, la dirección y el gobierno de las empresas. En el capítulo cuatro se analiza el entorno de la empresa como un factor relevante para comprender su actividad y los resultados logrados. Este capítulo permite dar paso al concepto de la dirección estratégica, que se presenta en el capítulo cinco, y trata sobre el concepto de estrategia y las diferentes opciones estratégicas a nivel corporativo y competitivo. Los capítulos seis y siete se centran en la función de administración. En concreto, el primero de ellos se encarga de explicar los conceptos vinculados al proceso de planificación y control, y el segundo aborda la función de organización y establece el proceso a seguir para diseñar una estructura organizativa tal que permita alcanzar los objetivos definidos en la etapa previa. Finalmente, en cuatro temas, se estudian las áreas funcionales esenciales de la empresa, esto es, producción, finanzas, recursos humanos y marketing. Para facilitar el aprendizaje de la materia de forma autónoma, cada capítulo del libro sigue una estructura uniforme que incluye objetivos de aprendizaje, desarrollos teóricos propiamente dichos en varios epígrafes, un resumen, preguntas de revisión y referencias bibliográficas.

*Fundamentos de dirección y administración de empresas* - Eulogio Cordón Pozo 2014-07

**Casos de dirección estratégica de la empresa** - Luis Ángel Guerras Martín 2020

*La Dirección Estratégica de la Empresa. Teoría y aplicaciones* - Luis A. Guerras Martín 2022-06-09

Este libro trata de abordar un triple objetivo en función de la perspectiva de los lectores a los que va dirigido. En primer lugar, pretende servir de soporte básico para la formación universitaria de los alumnos de los grados en Administración y Dirección de Empresas y otros afines, interesados en las materias relacionadas con la dirección y la estrategia de la empresa. En segundo lugar, puede ser de gran utilidad, como una primera aproximación, para aquellos estudiantes que sigan cursos de posgrado en instituciones públicas o privadas, como son las mismas

universidades, las escuelas de negocios o entidades similares, en áreas especializadas y de profundización relativas a la estrategia empresarial. Por último y como no podía ser menos, trata de ser un punto de referencia obligado para todos los profesionales y hombres de empresa que, desde el mundo de la práctica, asumen una visión eminentemente aplicada de los negocios y tienen la responsabilidad de la consultoría o la dirección de las empresas. Desde este triple punto de vista, el libro se convierte en un manual de trabajo en el que se integra el amplio conjunto de cuestiones y problemas que conforman el cuerpo teórico del modelo directivo conocido como la Dirección Estratégica de la Empresa. **Strategic Management** - Charles W. L. Hill 2002

#### **Administración: de la teoría a la acción -**

*Strategic Management* - Fred R. David 2009

KEY BENFIT:David's Strategic Management offers a skills-oriented, practitioner perspective that has been updated with modern cases to reflect current research and strategy. This text covers strategy formulation issues such as business ethics, global vs. domestic operations, vision/mission, matrix analysis, partnering, joint venturing, competitive analysis, and includes a brand new cohesion case on the Walt Disney Company. For management professionals, small business owners and others involved in business.

Fundamentos de dirección de empresas. Conceptos y habilidades directivas - ALDAS MANZANO, JOAQUIN 2006-11-01

Esta obra enfatiza la importancia del aprendizaje basado en competencias. Su objetivo es formar a los futuros profesionales de la Dirección de Empresas abarcando el nivel de las habilidades o saber hacer y el de las actitudes y los valores o el saber estar, unido a un desarrollo riguroso de los conocimientos o del saber. El libro combina tres planos que van desarrollándose de forma incremental: el logro de conocimientos teóricos básicos acerca de la empresa y su dirección; el desarrollo de ciertas habilidades o saber hacer imprescindibles para un futuro directivo; y el fomento de actitudes, valores y normas necesarias para el desarrollo de la actividad profesional. Este enfoque hacia el aprendizaje activo del estudiante y las competencias profesionales es el elemento distintivo de la obra y está presente en toda ella.

**Fundamentos de dirección estratégica de la empresa** - José Emilio Navas López 2016 El nuevo libro sirve principalmente para la formación universitaria de los alumnos de grado en Administración y Dirección de Empresas y de otras carreras afines, interesados en las materias relacionadas con la Dirección y la Estrategia de la Empresa. El libro está especialmente indicado para cursos cortos, y adaptado a la metodología docente de Bolonia. También es útil, como una primera aproximación, para estudiantes de cursos de post-graduado en Universidades, Escuelas de Negocios o entidades similares, así como para profesionales y hombres de empresa.

*Fundamentos de estrategia* - Jessica Bayón Perez 2019-11-21

- Aumentar la competitividad de la empresa logrando ventajas competitivas.
- Incrementar el valor añadido para aumentar la ventaja competitiva.
- Usar el management estratégico y las principales variables que maneja.
- Realizar análisis según el método DAF0.
- Saber qué son la misión, la visión y los valores de una empresa y comprender cómo afectan a la definición de estrategias.
- Estimar el impacto de la cultura y la estructura empresariales en la adopción de estrategias.
- Adoptar decisiones estratégicas de forma correcta y eficaz.
- Conocer qué son y cómo funcionan las unidades estratégicas de negocio. UD1.Competitividad y

management estratégico 1. Introducción 1.1 Adaptación permanente 1.2 Ventajas competitivas 2. Competitividad empresarial y ventajas competitivas 2.1. Origen de las ventajas competitivas 3. Estrategias de generación de valor añadido 4. El pensamiento estratégico y el management estratégico 4.1. Las aptitudes para el management estratégico 5. Política, planificación y estrategia de adaptación en un entorno competitivo 6. Previsión, prospectiva y método de escenarios 6.1. Métodos de previsión 6.2. Métodos de prospectiva 7. El análisis estratégico D.A.F.0. 7.1 Otras herramientas de análisis estratégico 8. La estrategia y sus componentes como origen del sistema de objetivos de la empresa 8.1. El ámbito (scope) y campo de actividad 8.2. Las capacidades distintivas 8.3. Las ventajas competitivas 8.4. La sinergia UD2.Organización y estructuras estratégicas 1. Misión de una empresa 2. Visión de una empresa 3. Valores de una empresa 1. Cultura de la empresa y estrategia. 2. Decisiones estratégicas. 3. Toma de decisiones estratégicas. 4. Niveles de planificación y decisión estratégica: Corporativa, de negocio y funcional. 5. Unidades estratégicas de negocio UD3.Análisis del entorno general y del entorno específico 1. Entorno competitivo general y específico. 1.1.1 Niveles del entorno. 1.1.2 Entorno específico. 1.1.3 Elementos que pueden afectar al entorno. 2. Análisis de fuerzas en el entorno competitivo. 3. Amenazas provenientes de los competidores. 4. Poder de negociación. UD4.Diagnóstico Interno y diagnóstico estratégico 1. Análisis funcional 2. Perfil estratégico de la empresa 2.1 Modelo Canvas 3. Cadena de valor. 4. Diagnóstico estratégico. 5. Modelos de matrices. UD5.Políticas de crecimiento y desarrollo empresarial 1. Estrategias competitivas. 1.1 Tipos de estrategias genéricas. 1.2 Riesgos en la implementación. 1.3 Riesgos de la estrategia de los costes más bajos. 1.4 Riesgos de la estrategia de diferenciación. 1.5 Riesgos de la estrategia de especialización. 2. Formas de crecimiento empresarial. 3. Integración y diversificación. 4. Estrategias de Internacionalización y globalización de la empresa. 5. Alianzas estratégicas. UD6.Herramientas estratégicas de gestión 1. Benchmarking. 1.1.1 Objetivos del benchmarking 1.1.2 Tipos de benchmarking 1.1.3 Fases del benchmarking 1.1.4 Como herramienta de desarrollo 1.1.5 Beneficios del benchmarking en la organización 1.1.6 Benchmarking digital 1.1.7 Conclusiones 2. Calidad total y mejora continua. 2.1 Los costes de la calidad 2.2 Mejora continua 2.3 Grupos de mejora 2.3.1 ¿Qué es un grupo de mejora? 2.3.2. Utilidad de los grupos de mejora 2.3.3 Claves del éxito 3. Gestión de la innovación y el conocimiento. 3.1. Innovación de ruptura 3.2. La innovación incremental 3.3. ¿Qué hace innovadora a una empresa? 3.4. Las personas en la innovación 3.5. Factores que favorecen la innovación 4. El papel de las Nuevas Tecnologías en los cambios de la gestión 4.1. Efectos de las NTI 4.2. Desaparecen las herramientas tradicionales de comunicación 4.3 La gestión del conocimiento en la organización **Fundamentos de administración de empresas** - Eduardo González Fidalgo 2003

Esta obra tiene como objetivo familiarizar a los estudiantes que se inician en el estudio de la administración de empresas con unos conocimientos básicos de economía, entendiendo el término fundamento como la búsqueda de las teorías y conceptos necesarios para comprender los problemas que se afrontan en la gestión empresarial. El contenido se ha estructurado en tres partes. En la parte primera, análisis organizativo, se estudian las dimensiones básicas del problema de la organización económica: coordinación y motivación. Se incluyen numerosos casos de discusión para que el alumno aplique a situaciones reales las herramientas teóricas tratadas. La parte segunda, resultado y valoración de empresas, se dedica al análisis de los resultados económico-financieros de la empresa y a los criterios para valorar inversiones y empresas. La parte tercera, análisis

estratégico, introduce los conceptos esenciales para la dirección estratégica de la empresa. Al final de cada capítulo se incluye una selección de ejercicios para que el alumno trabaje por su cuenta y sirvan como materia de discusión en las clases prácticas. El enfoque de la obra huye, en la medida de lo posible, de la formalización matemática de los problemas empresariales.

Dirección estratégica - Luis Carlos Palacios Acero 2016

**Estrategia y política de empresa** - Santiago Garrido Buj 2002

Esta obra presenta una selección de artículos y notas que ponen en orden la riqueza del pensamiento estratégico de los grandes autores y la evolución que ha experimentado desde sus albores hasta culminar en las corrientes actuales. El

lector encontrará en estas lecturas desde artículos clásicos sobre los fundamentos de la dirección estratégica hasta las ideas más avanzadas, como la gestión del conocimiento, y estrategia y medio ambiente.

Fundamentos de dirección y gestión de recursos humanos - Antonio Aragón Sánchez 2004

Un modelo de análisis para la dirección de recursos humanos. Flujo de trabajo, interdependencias y análisis de puestos en el contexto organizativo. La planificación de recursos humanos. Reclutamiento, selección y socialización. La formación de los empleados. Evaluación del rendimiento. Gestión de retribuciones.

**Fundamentos de Dirección Estratégica de la Empresa 2016** -