

**Dirección Estratégica y Marketing / Strategic Management & Marketing  
(Modalidad presencial)**

<b>Número total de créditos ECTS</b>	6		
<b>Tipología</b>	Obligatoria / Compulsory subject		
<b>Organización temporal</b>	Curso 1; Semestre 1		
<b>Modalidad</b>	Presencial		
<b>Idioma</b>	Castellano e inglés / Spanish and English		
<b>Contenidos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dirección y capacidades directivas en un nuevo entorno disruptivo</li> <li>• Dirección estratégica y marco logístico de referencia</li> <li>• Análisis estratégico y competitivo del mercado: Estrategias corporativa, competitiva y funcionales</li> <li>• Diversificación Vs Especialización: Configurando el ámbito de actividad</li> <li>• Cooperación Vs Competición: Gestionando alianzas estratégicas</li> <li>• Planificación estratégica, cultura corporativa y diseño organizativo y de puestos de trabajo: El ajuste Estrategia-Estructura</li> <li>• Planificación prospectiva y dinámica competitiva</li> <li>• Objetivos corporativos y creación de valor</li> <li>• Gestión de capacidades y recursos: Fuentes de ventaja competitiva sostenible</li> <li>• Crecimiento orgánico Vs Crecimiento externalizado</li> <li>• Economías de escala Vs Deseconomías de escala</li> <li>• Estrategia de operaciones: Ajuste de la estrategia de operaciones a la estrategia corporativa</li> <li>• Diseño estratégico e innovación: Estrategia de océano azul</li> <li>• Estrategia competitiva logística</li> <li>• Gestión del marketing y ventas: su función estratégica</li> <li>• Identificación del mercado de referencia</li> <li>• Segmentación y propuesta de valor</li> <li>• Marketing operativo y marketing relacional: El valor del producto/servicio, el precio y cómo llegar al consumidor (distribución)</li> <li>• Marketing digital</li> <li>• El plan de marketing y su integración en las operaciones de la empresa: Marketing logístico</li> </ul> <hr style="width: 20%; margin-left: 0;"/> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Management and management skills in a new disruptive environment</li> <li>• Strategic direction and logistical framework</li> <li>• Strategic and Competitive Market Analysis: Corporate, Competitive, and Functional Strategies</li> <li>• Diversification Vs Specialization: Shaping the Scope of Activity</li> <li>• Cooperation Vs Competition: Managing Strategic Alliances</li> <li>• Strategic Planning, Corporate Culture, and Organizational and Job Design: The Strategy-Structure Fit</li> <li>• Prospective planning and competitive dynamics</li> <li>• Corporate objectives and value creation</li> <li>• Capacity and Resource Management: Sources of Sustainable Competitive Advantage</li> <li>• Organic Growth Vs Outsourced Growth</li> <li>• Economies of Scale Vs Diseconomies of Scale</li> <li>• Operations Strategy: Adjusting the Operations Strategy to the Corporate Strategy</li> <li>• Strategic Design and Innovation: Blue Ocean Strategy</li> <li>• Competitive logistics strategy</li> <li>• Marketing and sales management: your strategic function</li> <li>• Identification of the relevant market</li> <li>• Segmentation and value proposition</li> <li>• Operational Marketing and Relationship Marketing: The Value of the Product/Service, the Price and How to Reach the Consumer (Distribution)</li> <li>• Marketing digital</li> <li>• The marketing plan and its integration into the company's operations: Logistics marketing</li> </ul>		
<b>Resultados de aprendizaje</b>	<b>Conocimientos y contenidos</b>	CC01 Comprender la aplicación de las metodologías y herramientas utilizadas en la dirección estratégica, el marketing estratégico y de la	

<b>TÍTULO</b>		prospectiva en el ámbito de la dirección de la cadena de suministro / Understand the application of methodologies and tools of strategic management, strategic marketing and prospective in the field of supply chain management.
	<b>Habilidades y destrezas</b>	HD03 Comunicar conocimientos, razonamientos teóricos, aplicaciones prácticas y conclusiones, a públicos especializados y no especializados sobre el desarrollo de la cadena de suministros / Communicate knowledge, theoretical reasoning, practical applications and conclusions to specialized and non-specialized audiences on development in the supply chain field. HD06 Pensar estratégica y prospectivamente en un entorno crecientemente disruptivo, en su relación con el ámbito interno de la empresa, abordando los retos, problemas y roles complejos que competen a la dirección general de la cadena de suministro / To think strategically and prospectively in an increasingly disruptive environment, addressing the challenges, problems and complex roles that fall within supply chain management.
	<b>Competencias</b>	CP01 Aplicar los conocimientos adquiridos en cadena de suministros en entornos volátiles, inciertos, complejos y ambiguos, utilizando soluciones innovadoras / Apply acquired supply chain knowledge in volatile, uncertain, complex and ambiguous environments, using innovative solutions. CP02 Determinar las estrategias corporativas y competitivas más adecuadas para una empresa en relación con las cadenas de suministro en las que participa / Determine the most appropriate corporate and competitive strategies for a company in relation to the supply chains in which it participates. CP03 Establecer la estructura organizativa y el plan de marketing más adecuados en relación con las cadenas de suministro en las que participa / Establish the most appropriate organizational structure and marketing plan for a company considering the impact of in relation to the supply chains in which it participates.
<b>Resultados de aprendizaje ASIGNATURA</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Plantear la estrategia corporativa y competitiva más adecuada para una organización, identificando las estrategias logísticas, de operaciones y de cadena de suministro.</li> <li>• Desarrollar el pensamiento estratégico y prospectivo mediante el análisis interno y del entorno, para el abordaje de los retos y problemas complejos que competen a la dirección general</li> <li>• Diseñar la estructura organizativa adecuada del área logística o de operaciones dentro del conjunto de la empresa.</li> <li>• Aplicar la función del marketing y ventas en relación con las funciones logísticas, de operaciones y de cadena de suministro, desarrollando un plan de marketing-logística.</li> </ul> <p>-----</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Propose the most appropriate corporate and competitive strategy for an organization, identifying logistics, operations, and supply chain strategies.</li> <li>• Develop strategic and prospective thinking through internal and environmental analysis, to address the challenges and complex problems that concern the general management</li> <li>• Design the appropriate organisational structure of the logistics or operations area within the company as a whole.</li> <li>• Apply the function of marketing and sales in relation to logistics, operations and supply chain functions, developing a marketing-logistics plan.</li> </ul>		

<b>Actividades formativas</b>	<b>Horas totales</b>
Clases Expositivas / Participatory learning	22
Seminarios / Seminars	2
Clases prácticas / Practical lessons	22
Tutorías / Tutorials	12
Trabajo autónomo / Autonomous work	88
Prueba de evaluación final / Final evaluation test	4
<b>Total</b>	<b>150</b>

<b>Sistemas de evaluación</b>	<b>MÍNIMO</b>	<b>MÁXIMO</b>
Evaluación Final: prueba o examen / Final evaluation test	50	50
Resolución de problemas / Problem resolution	10	30
Estudio de casos - Proyectos / Case studies - projects	10	30
Otras actividades de evaluación continua / Other continuous evaluation activities	0	10
<b>Total</b>	<b>70</b>	<b>120</b>

**Dirección Estratégica y Marketing  
(Modalidad virtual)**

<b>Número total de créditos ECTS</b>		6
<b>Tipología</b>		Obligatoria
<b>Organización temporal</b>		Curso 1; Semestre 1
<b>Modalidad</b>		Virtual
<b>Idioma</b>		Castellano
<b>Contenidos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dirección y capacidades directivas en un nuevo entorno disruptivo</li> <li>• Dirección estratégica y marco logístico de referencia</li> <li>• Análisis estratégico y competitivo del mercado: Estrategias corporativa, competitiva y funcionales</li> <li>• Diversificación Vs Especialización: Configurando el ámbito de actividad</li> <li>• Cooperación Vs Competición: Gestionando alianzas estratégicas</li> <li>• Planificación estratégica, cultura corporativa y diseño organizativo y de puestos de trabajo: El ajuste Estrategia-Estructura</li> <li>• Planificación prospectiva y dinámica competitiva</li> <li>• Objetivos corporativos y creación de valor</li> <li>• Gestión de capacidades y recursos: Fuentes de ventaja competitiva sostenible</li> <li>• Crecimiento orgánico Vs Crecimiento externalizado</li> <li>• Economías de escala Vs Deseconomías de escala</li> <li>• Estrategia de operaciones: Ajuste de la estrategia de operaciones a la estrategia corporativa</li> <li>• Diseño estratégico e innovación: Estrategia de océano azul</li> <li>• Estrategia competitiva logística</li> <li>• Gestión del marketing y ventas: su función estratégica</li> <li>• Identificación del mercado de referencia</li> <li>• Segmentación y propuesta de valor</li> <li>• Marketing operativo y marketing relacional: El valor del producto/servicio, el precio y cómo llegar al consumidor (distribución)</li> <li>• Marketing digital</li> <li>• El plan de marketing y su integración en las operaciones de la empresa: Marketing logístico</li> </ul>	
<b>Resultados de aprendizaje TÍTULO</b>	<b>Conocimientos y contenidos</b>	CC01 Comprender la aplicación de las metodologías y herramientas utilizadas en la dirección estratégica, el marketing estratégico y de la prospectiva en el ámbito de la dirección de la cadena de suministro
	<b>Habilidades y destrezas</b>	HD03 Comunicar conocimientos, razonamientos teóricos, aplicaciones prácticas y conclusiones, a públicos especializados y no especializados sobre el desarrollo de la cadena de suministros HD06 Pensar estratégica y prospectivamente en un entorno crecientemente disruptivo, en su relación con el ámbito interno de la empresa, abordando los retos, problemas y roles complejos que competen a la dirección general de la cadena de suministro.
	<b>Competencias</b>	CP01 Aplicar los conocimientos adquiridos en cadena de suministros en entornos volátiles, inciertos, complejos y ambiguos, utilizando soluciones innovadoras CP02 Determinar las estrategias corporativas y competitivas más adecuadas para una empresa en relación con las cadenas de suministro en las que participa CP03 Establecer la estructura organizativa y el plan de marketing más adecuados en relación con las cadenas de suministro en las que participa
<b>Resultados de aprendizaje ASIGNATURA</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Plantear la estrategia corporativa y competitiva más adecuada para una organización, identificando las estrategias logísticas, de operaciones y de cadena de suministro.</li> <li>• Desarrollar el pensamiento estratégico y prospectivo mediante el análisis interno y del entorno, para el abordaje de los retos y problemas complejos que competen a la dirección general</li> <li>• Diseñar la estructura organizativa adecuada del área logística o de operaciones dentro del conjunto de la empresa.</li> <li>• Aplicar la función del marketing y ventas en relación con las funciones logísticas, de operaciones y de cadena de suministro, desarrollando un plan de marketing-logística.</li> </ul>		

Actividades formativas	Horas totales
Clases Expositivas Síncronas	10
Seminarios Síncronos	2
Clases prácticas Síncronas	10
Actividades Dirigidas Asíncronas	24
Tutorías	12
Trabajo autónomo	88
Prueba de evaluación final virtual	4
<b>Total</b>	<b>150</b>

Sistemas de evaluación	MÍNIMO	MÁXIMO
Evaluación final: prueba o examen virtual	50	50
Resolución problemas	10	30
Estudio casos - Proyectos	10	30
Otras actividades de evaluación continua	0	10
<b>Total</b>	<b>70</b>	<b>120</b>