Universidad Villanueva

Ficha Técnica: Posicionamiento: Análisis del Mercado y de la Competencia
Curso 2025/2026

Asignatura

Nombre Asignatura	Posicionamiento: Análisis del Mercado y de la Competencia
Código	200000567
Créditos ECTS	1.0

Plan/es donde se imparte

Titulación	Máster Universitario en Dirección de Centros Educativos (Plan 2021)
Carácter	OBLIGATORIA
Curso	1

Universidad Villanueva

Datos Generales

PROFESORADO

José María López de Pedro

CONOCIMIENTOS RECOMENDADOS

No se requieren conocimientos previos.

OBJETIVOS TEÓRICOS

En este curso se pretende que los alumnos/as reciban una formación rigurosa en el área de Estrategia, aplicada a la dirección de centros de enseñanza. Se espera que esta formación les permita:

1. Entender cuál es el sentido de la estrategia en una organización educativa
2. Manejar los conceptos esenciales de la estrategia
3. Aplicar de un modo racional el proceso de dirección estratégica que incluye las fases de Análisis, Formulación e Implementación
4. Emplear con soltura algunas herramientas analíticas
5. Conocer las alternativas estratégicas básicas
6. Comprender la estructura y el contenido esencial de un plan estratégico

OBJETIVOS PRÁCTICOS

Desde un punto de vista práctico, se espera que los alumnos/as sean capaces de:

1. Elaborar una matriz DAFO para un centro educativo
2. Identificar los tipos básicos de estrategia que podría aplicar un centro educativo
3. Diseñar el proceso para elaborar el plan estratégico de un centro educativo
4. Definir la estructura básica de ese plan estratégico

COMPETENCIAS QUE SE DESARROLLAN / RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Resultados del proceso de formación y del aprendizaje:

Universidad Villanueva

Conocimiento y contenidos:

H1. Diseñar el proyecto educativo teniendo en cuenta la identidad institucional, así como los elementos del entorno para poder adaptarlo a su contexto

H2. Aplicar el análisis de posicionamiento (DAFO) a la realidad de su institución

Competencias:

C1. Saber aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con la dirección de un centro educativo
C2. Integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios
C3. Desarrollar el pensamiento crítico propio del espíritu universitario, así como la capacidad de analizar, argumentar e interpretar datos relevantes y complejos para poder integrarlos de manera sólida y solvente en la toma de decisiones
C7. Tomar decisiones en contextos complejos y en situaciones de dificultad, basadas en las necesidades de la comunidad educativa, la realidad del contexto y los objetivos de la institución, teniendo en cuenta los costes y los beneficios relativos de las acciones posibles para elegir la más adecuada
C9. Diseñar estrategias para la evaluación del centro y saber rediseñar su proyecto educativo

CONTENIDO DEL PROGRAMA

1. Significado de la estrategia
2. La dirección estratégica como una función directiva
3. Fases del proceso estratégico
4. Estrategia deliberada y emergente
5. Análisis estratégico del entorno
6. Ventaja y estrategia competitiva
7. El modelo de negocio
8. El plan estratégico

ACTIVIDADES FORMATIVAS

Actividades formativas	Horas/ECTS	% Presencialidad

Clase magistral	2	0
Clase práctica	2	0
Trabajos	6	15
Tutorías	0,5	0
Estudio independiente alumno	9,5	0
Pruebas evaluación	1	100
Clases grabadas y píldoras formativas	0	0
SCORM	2	0
Resolución casos en campus virtual	2	0
Foros en campus virtual	0	0
Total	**25**	

CRITERIOS Y MÉTODOS DE EVALUACIÓN

La nota de la asignatura se configurará, en la convocatoria ordinaria, de la siguiente manera:

Asistencia y participación: 10%
Práctica 1: 10%
Práctica 2: 30%
Prueba final de validación: 50%

En el caso de los alumnos/as que se presenten a la convocatoria extraordinaria:

Su nota para la convocatoria extraordinaria será la nota de la tarea entregada para la convocatoria extraordinaria si el alumno/a ha suspendido esa tarea o la ha aprobado con un 5.
En este caso, no se tendrán en cuenta las calificaciones obtenidas durante el curso.

En el caso de que la nota de la tarea extraordinaria supere el 5, se tendrán en cuenta las notas obtenidas durante el curso, sin que este cálculo le pueda llevar a suspender la asignatura.

En el caso de los alumnos/as de 2º matrícula y sucesivas, se aplicarán los mismos criterios que para la convocatoria extraordinaria. En este caso, no se tendrá en cuenta la asistencia y participación durante las sesiones.

La calificación de no presentado no consume convocatoria. Si un alumno ha sido evaluado de un conjunto de pruebas previstas en la Guía Docente que iguala o supera el 30% de los elementos calificables, no será posible considerarlo como no presentado en la asignatura.

TRATAMIENTO DE LA REDACCIÓN Y LAS FALTAS DE ORTOGRAFÍA
La corrección en la expresión escrita es una condición esencial del trabajo universitario. Con objeto de facilitar la tarea de profesores y alumnos, se adopta como referente el conjunto de criterios de calificación utilizados en la Evaluación para el Acceso a la Universidad (EVAU) aprobados por la Comunidad de Madrid en lo que se refiere a calidad de la expresión oral y, en particular, en relación con la presencia de faltas de ortografía, acentuación y puntuación.

Se valorará la capacidad de redacción, manifestada en la exposición ordenada de las ideas, el correcto engarce sintáctico, la riqueza léxica y la matización expresiva, para lo que se tendrán en cuenta la propiedad del vocabulario, la corrección sintáctica, la corrección ortográfica (grafías y tildes), la puntuación apropiada y la adecuada presentación.
Errores ortográficos sucesivos se penalizarán con un descuento de 0,25 cada uno, hasta un máximo de dos puntos
Estas normas se establecen con el carácter de mínimas y sin perjuicio de las exigencias adicionales que pueda fijar cada profesor en función de los contenidos y objetivos de sus respectivas asignaturas.

BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS BÁSICOS

De Vicuña, J. M. S. (2017). El Plan Estratégico en la práctica. ESIC, Madrid.
Ferrán, F. (2024). El arte del buen gobierno corporativo. Almuzara. Córdoba.

Guerras, L. y Navas, J. (2023). Fundamentos de la dirección estratégica de la empresa. Civitas. Madrid.

Grant, R.M. (2014). Dirección Estratégica. Civitas, Madrid.

Johnson, G.; Scholes, K. y R. Whittington (2010). Fundamentos de Estrategia. Prentice Hall, Madrid.

Martínez Pedrós, D. Y A. Milla Gutiérrez (2005). La Elaboración del Plan Estratégico y su implantación a través del Cuadro de Mando Integral. Díaz de Santos.

Mintzberg, H., (1978), Patterns in strategy formation, Management science, 24(9): 934-948.

Mintzberg, H., (1987), Crafting Strategy, Harvard Business Review, July-August: 66-75.

Osterwalder, A. Y Pigneur, Y. (2013). Generación de modelos de negocio. Deusto, Barcelona,

Porter, M. E. (1980). Competitive Strategy. The Free Press, Nueva York.

HORARIO, TUTORÍAS Y CALENDARIO DE EXÁMENES

Información disponible en el campus virtual del alumno.

PUBLICACIÓN Y REVISIÓN DE LA GUÍA DOCENTE

Esta guía docente se ha realizado de acuerdo a la Memoria Verificada de la titulación.