

Curso Académico: (2018 / 2019)

Fecha de revisión: 01-06-2018

Departamento asignado a la asignatura: Departamento de Economía de la Empresa

Coordinador/a: MUÑOZ BULLON, FERNANDO

Tipo: Obligatoria Créditos ECTS : 3.0

Curso : 1 Cuatrimestre : 1

REQUISITOS (ASIGNATURAS O MATERIAS CUYO CONOCIMIENTO SE PRESUPONE)

Ningún requerimiento en especial.

OBJETIVOS

- ¿ Evaluar la relación entre la estrategia y los resultados empresariales.
- ¿ Identificar los aspectos estructurales de una industria que influyen en su competitividad y rentabilidad.
- ¿ Entender las estrategias que posicionan de manera más favorable a la empresa en relación con la competencia e influyen en la estructura de la industria para mejorar el atractivo de la industria.
- ¿ Identificar los recursos y capacidades de la empresa para adquirir una ventaja competitiva.
- ¿ Analizar los requisitos de la competencia y de los consumidores para identificar oportunidades para la ventaja competitiva en una industria.
- ¿ Entender los diferentes tipos de estrategias y llevar a cabo un análisis estratégico de una empresa real.
- ¿ Entender los factores que causan la tendencia hacia la diversificación y la integración vertical.
- ¿ Analizar y evaluar la adecuación de las diferentes opciones de estrategias (competitiva y corporativas).

DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS: PROGRAMA

- 1-El proceso de dirección estratégica
- 2-Análisis de la industria
- 3-Análisis interno: recursos y capacidades
- 4-Estrategias competitivas
- 5-Estrategias corporativas
- 6-Crecimiento de la empresa. Fusiones y adquisiciones.

ACTIVIDADES FORMATIVAS, METODOLOGÍA A UTILIZAR Y RÉGIMEN DE TUTORÍAS

La asignatura se basa en estudios de casos, lecturas y presentaciones, y, además, en el debate y el intercambio de ideas y experiencias. A través del curso, se pedirá a los estudiantes que completen las presentaciones de los diferentes temas y se les animará a aportar sus ideas por medio de discusiones de clase.

Tutorías: martes, de 13:15-15:15.

SISTEMA DE EVALUACIÓN

Los estudiantes serán evaluados según el siguiente esquema:

CONVOCATORIA ORDINARIA:

- Participación en clase y ejercicios: 20%
- Tests de respuesta múltiple: 15%
- Examen final: 65%

CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA:**Alternativa 1:**

- Participación en clase y ejercicios: 20%
- Tests de respuesta múltiple: 15%
- Examen final: 65%

Alternativa 2:

- Examen final: 100%

El estudiante puede elegir la que más le beneficie.

Peso porcentual del Examen Final: 65

Peso porcentual del resto de la evaluación: 35

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

- Barney, J.B. and Hesterley, W. Strategic management and competitive advantage. Concepts and cases, Pearson, 2015
- David, Fred R. y David, Forest R. Strategic management. A competitive advantage approach, Pearson, 2016
- GRANT, R.M. Contemporary Strategy Analysis, Wiley, 2008
- Muñoz Bullón, F. y Sánchez Bueno, M. Teoría y práctica de administración de empresas: Fundamentos y opciones estratégicas. , Aranzadi (Thomson-Reuters)., 2015
- Rothaermel, F.T. Strategic management, McGraw Hill, 2015

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

- HITT, M.A., IRELAND, R.D. AND HOSKISSON, R.E. Strategic Management: Competitiveness and Globalization, Concepts, South Western, Mason., 2010