Estrategias Empresariales

Curso Académico: (2019 / 2020) **Fecha de revisión: 29-04-2019**

Departamento asignado a la asignatura: Departamento de Ingeniería Mecánica

Coordinador/a: FERNANDEZ RODRIGUEZ, ZULIMA MAGDALENA

Tipo: Optativa Créditos ECTS : 3.0

Curso : Cuatrimestre :

OBJETIVOS

La asignatura pretende aportar al estudiante de Comunicación Audiovisual una serie de conocimientos y destrezas que puedan serle útiles tanto si decide crear su propia empresa de comunicación como si proyecta trabajar en el ámbito de la comunicación corporativa; en concreto proporciona:

Conocimientos:
- Entender la realidad empresarial desde una perspectiva estratégica
- Comprender la naturaleza de las decisiones propias de la dirección general de la empresa.
- Evaluar diversas alternativas estratégicas de manera crítica y razonada, de acuerdo con criterios de creación de valor por la empresa.

Habilidades:
-Entender las fuentes de información empresarial
- Analizar crítica y rigurosamente los problemas empresariales
- Comunicar ideas de negocio de forma clara y atractiva

Destrezas:
- Defender y argumentar en público
- Comprender y manejar con soltura las principales fuentes de información empresarial.
- Analizar problemas empresariales complejos de manera rigurosa y crítica.
- Comunicar y transmitir ideas y conocimientos de manera estructurada y convincente, tanto de manera escrita como oral.

Actitudes:
- Tener iniciativa y espíritu crítico en el análisis y resolución de los problemas estratégicos
- Defender y justificar la toma de decisiones estratégicas ante los grupos de interés de la empresa
- Desarrollar actitudes creativas para la resolución de problemas.

DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS: PROGRAMA

La asignatura proporciona los principales conceptos y marcos analíticos de la dirección estratégica útiles para un graduado en Comunicación Audiovisual que pretenda montar su propia empresa o trabajar en un departamento de comunicación corporativa. Para ello el programa se estructura en tres partes:
Parte I: Introducción
1. La dirección estratégica de la empresa: objetivos y creación de valor, estrategias y modelos de negocio
2. Análisis estratégico
Parte II: Estrategias competitivas
3. La construcción de ventajas competitivas: las palancas del valor
4. Las estrategias competitivas o de negocio
Parte III: Estrategias corporativas
5. Las estrategias corporativas
6. La expansión internacional de la empresa
7. Formas de crecimiento estratégico

ACTIVIDADES FORMATIVAS, METODOLOGÍA A UTILIZAR Y RÉGIMEN DE TUTORÍAS

La docencia de la asignatura se compone de dos elementos principales:

- Clases teóricas: en las que se expondrán y explicarán los principales conceptos de cada tema, buscando aplicaciones cercana al mundo de la Comunicación Audiovisual
- Clases prácticas: en ellas se presentaran y discutirán casos cortos sobre temas de relevancia para la asignatura, adaptados al mundo de la comunicación audiovisual

SISTEMA DE EVALUACIÓN

El sistema de evaluación comprende una evaluación continua, que consiste en la resolución de casos prácticos y participación activa en las clases y proporciona el 40% de la nota, y un examen final que supone el 60% de la nota.

Peso porcentual del Examen Final:	60
Peso porcentual del resto de la evaluación:	40

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

- GUERRAS MARTÍN, L.A. y NAVAS LÓPEZ, J.E. Fundamentos de dirección estratégica de la empresa, Civitas.Madrid, 2016
- GRANT. R.M. Dirección estratégica, Thomson-Civitas. Madrid, 2014
- RODRIGUEZ MÁRQUEZ, A, NIETO, M.J., FERNÁNDEZ, Z. y REVILLA CASTEJÓN, A. Manual de Creación de Empresas, Thompson-Reuters, 2014

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

- HILL, C.W.L. Y JONES, G.R. Administración estratégica. Un enfoque integrado, McGraw Hill., 2009
- THOMPSON, A.A., PETERAF, M. A., GAMBLE, J.E. y STRICKLAND III, A. J. Administración Estratégica, McGraw Hill, México D.F., 2012