Estrategia Corporativa

Curso Académico: (2019 / 2020) **Fecha de revisión: 21-04-2020**

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

Coordinador/a: MUÑOZ BULLON, FERNANDO

Tipo: Optativa Créditos ECTS : 3.0

Curso : 1 Cuatrimestre : 2

REQUISITOS (ASIGNATURAS O MATERIAS CUYO CONOCIMIENTO SE PRESUPONE)

Ninguna.

OBJETIVOS

Competencias:
Las competencias generales asociadas a esta materia son la CG12 (Capacidad de dirección y liderazgo), CG14 (Compromiso ético), CG15 (Capacidad de adaptación a nuevas situaciones); y las competencias específicas son CE1 (Conocer los conceptos fundamentales de microeconomía y economía de la empresa, así como la aplicación de estos instrumentos para comprender el entorno en el que opera una organización económico-empresarial).

Resultados de aprendizaje:

CONOCIMIENTOS:
¿ Conocer los desarrollos teóricos y empíricos más relevantes dentro del campo de la dirección estratégica.
¿ Comprender la problemática estratégica en la que se desarrolla la labor de la alta dirección, la gerencia y los consultores.
¿ Conocer las diferentes opciones estratégicas con las que cuenta una empresa a nivel corporativo.
¿ Comprender y analizar las estrategias corporativas de una empresa relativas a la selección de negocios: diversificación, integración vertical, internacionalización, restructuración.
¿ Evaluar los distintos métodos de desarrollo basados en el crecimiento interno y externo (fusiones y adquisiciones).
¿ Entender los fundamentos básicos de la cooperación empresarial y el papel fundamental que juegan en la actualidad las alianzas estratégicas

DESTREZAS:
¿ Trabajar sobre casos reales y realizar valoraciones de forma independiente.
¿ Evaluar diversas alternativas estratégicas, a nivel corporativo, de manera crítica y razonada, de acuerdo con criterios encaminados a la creación de valor por parte de la empresa.
¿ Comunicar y transmitir ideas y conocimientos de manera estructurada y persuasiva, tanto oralmente como por escrito.
¿ Redactar informes técnicos y académicos rigurosos.

ACTITUDES:
¿ Adquirir habilidades para la comunicación y la resolución de problemas.
¿ Capacidad para trabajar eficazmente con equipos de personar multidisciplinares y multiculturales.

DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS: PROGRAMA

-Introducción a la estrategia corporativa
-La integración vertical
-La empresa diversificada
-Métodos de crecimiento. Fusiones y adquisiciones.
-Acuerdos de colaboración.

ACTIVIDADES FORMATIVAS, METODOLOGÍA A UTILIZAR Y RÉGIMEN DE TUTORÍAS

Las clases consisten en clases magistrales, y clases prácticas donde se realizarán ejercicios en pequeños grupos, análisis de casos y discusiones. Las clases magistrales servirán para establecer las bases conceptuales. Las clases prácticas están diseñadas para que los estudiantes puedan desarrollar

habilidades y destrezas requeridas correctamente establecidas.
La participación de los estudiantes es una parte importante del curso. Los estudiantes deben asistirá a todas las clases, leer los materiales asignados para cada clase, participar y contribuir a los debates.

SISTEMA DE EVALUACIÓN

La evaluación final se basa en:
Participación en clase, resolución de ejercicios y casos reales: 60%
Examen final: 40%.
Para aprobar la asignatura en la convocatoria ordinaria, es necesario obtener un mínimo de 4 puntos (de un total de 10 posibles) en el examen final. Si se suspende la asignatura, el estudiante tiene que presentarse a la convocatoria extraordinaria. En esta convocatoria extraordinaria, se aplica el mismo criterio de evaluación.

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

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

- Barney, J.B. and Hesterley, W. Strategic management and competitive advantage. , Pearson, 2015
- Fred R. David, Forest R. David. Strategic Management: A Competitive Advantage Approach, Concepts and Cases, Pearson, 2017
- Johnson, G., Scholes, L. and Whittington, R. Exploring corporate strategy, Prentice Hall, 2008
- Parnell, John A. Strategic Management: Theory and Practice., Sage, 2014