Estrategias Empresariales

Curso Académico: (2020 / 2021) **Fecha de revisión: 09/07/2020 18:58:52**

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

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

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 50% de la nota, y un examen final que supone el 50% de la nota.

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