

Curso Académico: ( 2020 / 2021 )

Fecha de revisión: 09-07-2020

Departamento asignado a la asignatura: Departamento de Ingeniería Mecánica

Coordinador/a: FERNANDEZ RODRIGUEZ, ZULIMA MAGDALENA

Tipo: Optativa Créditos ECTS : 3.0

Curso : Cuatrimestre :

**COMPETENCIAS QUE ADQUIERE EL ESTUDIANTE Y RESULTADOS DEL APRENDIZAJE.**

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

<b>Peso porcentual del Examen Final:</b>	60
<b>Peso porcentual del resto de la evaluación:</b>	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