

Curso Académico: (2023 / 2024)

Fecha de revisión: 21-07-2022

Departamento asignado a la asignatura: Cursos de estudios hispánicos

Coordinador/a: GAVILANES PLASENCIA, CARLOS

Tipo: Obligatoria Créditos ECTS : 6.0

Curso : 1 Cuatrimestre :

REQUISITOS (ASIGNATURAS O MATERIAS CUYO CONOCIMIENTO SE PRESUPONE)

Fundamentos de administración de empresas.

OBJETIVOS

Conocimiento:

- Conocer los desarrollos teóricos y empíricos más modernos y relevantes de la dirección estratégica.
- Comprender la naturaleza de las decisiones propias de la dirección general de la empresa y los problemas que plantean.
- Analizar problemas empresariales complejos de manera rigurosa mediante la integración de diversos marcos analíticos.
- Identificar y analizar las relaciones causales ambiguas que subyacen al comportamiento y a los resultados de la empresa.
- Evaluar críticamente alternativas estratégicas, de acuerdo con el criterio de creación de valor por la empresa.
- Aplicar e integrar los adquiridos en otras materias de la titulación.

Habilidades:

- Capacidad para tomar decisiones estratégicas en la empresa.
- Defensa y argumentación públicas de las propias ideas
- Presentación y comunicación en público
- Trabajo en equipo
- Redacción de informes

DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS: PROGRAMA

Objetivos, valor y resultados

Análisis del entorno: entorno general y sector.

Análisis interno de la empresa: recursos y capacidades.

Estrategias competitivas

Estrategias y etapas del sector.

Estrategias corporativas. Integración vertical. Diversificación

Internacionalización de la empresa.

Fusiones y adquisiciones.

La cooperación empresarial.

Gobierno corporativo y responsabilidad social corporativa (RSC)

ACTIVIDADES FORMATIVAS, METODOLOGÍA A UTILIZAR Y RÉGIMEN DE TUTORÍAS

1. Clases teóricas. En ellas se expondrán de forma sistemática los conceptos fundamentales de cada tema. El estudiante deberá preparar los contenidos de cada tema antes de la clase correspondiente, de manera que esta se pueda dedicar a discutir esos conceptos, ya conocidos, y a resolver las dudas que se hayan encontrado.
2. Clases prácticas. Se dedicarán a la resolución de casos de empresas y otros tipos de organizaciones que permitan trabajar los conceptos y técnicas de análisis previamente expuestos. En ellos será fundamental la capacidad para argumentar y defender diferentes puntos de vista.
3. Proyecto final. Los estudiantes deben elaborar por grupos y presentar un proyecto final que consistirá en el análisis estratégico de una empresa o en el desarrollo de una cuestión de carácter estratégico propuesta por el profesor.

SISTEMA DE EVALUACIÓN

Estudio de casos: 10 %

Trabajo final y exposición oral: 20 %

Participación: 10%

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

- Grant, R.M. Contemporary strategy analysis , Wiley, 2016
- Hill, C.W.L., Jones, G.R., M.A. Strategic Management. Theory and Cases, Cengage Learning, 2015
- Rothaermel, F. T. Strategic Management, MCGraw Hill, 2016

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

- Hill, C.W.L., Schilling, M.A. and Jones, G.R. Strategic Management: An integrated Approach. Theory and Cases, Cengage Learning , 2015
- Jonhson, G., Scholes, R. y Whittington, R. Exploring corporate strategy, Prentice Hall. , 2010