

Curso Académico: (2024 / 2025)

Fecha de revisión: 23-04-2024

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.

Destrezas:

- Defender y justificar la toma de decisiones estratégicas ante los grupos de interés de la empresa
- Comprender y manejar con soltura las principales fuentes de información empresarial.
- Analizar problemas empresariales complejos de manera rigurosa y crítica.
- Defender y argumentar en público

Actitudes:

- Tener iniciativa y espíritu crítico en el análisis y resolución de los problemas estratégicos
- 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 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 40% de la nota, y un examen final que supone el 60% de la nota.

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

- GUERRAS MARTÍN, L.A. y NAVAS LÓPEZ, J.E. Dirección estratégica de la empresa, Thompson Reuters, 2022
- 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

- Thompson, A.A., Peteraf, M., Gamble, G.E. & Strickland, A.J. Administración estratégica, McGraw Hill, 2023
- Rothaemel, F. Strategic Management, McGraw Hill, 2023

RECURSOS ELECTRÓNICOS BÁSICOS

- Ø Rodríguez Márquez, A., Nieto, M. J., Fernández, Z. y Revilla, A. . Manual de Creación de Empresas: http://https://bibliotecas.uc3m.es/permalink/f/1nksr18/34UC3M_ALMA51276078980004213