

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: Obligatoria Créditos ECTS : 6.0

Curso : 5 Cuatrimestre : 1

REQUISITOS (ASIGNATURAS O MATERIAS CUYO CONOCIMIENTO SE PRESUPONE)

Fundamentos de administración de empresas.

Conocimientos sobre las áreas funcionales de la empresa: dirección, operaciones, marketing y finanzas.

OBJETIVOS

Conocimientos:

- 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 carrera.

Destrezas:

- 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

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.

DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS: PROGRAMA

Parte I. Introducción

1. Conceptos generales
2. Objetivos, valor y resultados
3. El gobierno de la empresa.

Parte II: Análisis estratégico

4. Análisis del sector industrial.
5. Análisis interno de la empresa.

Parte III: Estrategias competitivas

6. Fuentes de ventajas competitivas: las palancas de valor
7. Las estrategias competitivas.
8. Estrategias y etapas del sector industrial.

Parte IV: Estrategias corporativas

9. Estrategias corporativas.
10. La internacionalización de la empresa.
11. Formas de desarrollo estratégico. Fusiones y adquisiciones

12. La cooperación empresarial.

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.
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

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

Habrà una evaluación continua y un examen final. La evaluación continua consiste en la discusión de casos en las clases prácticas y la elaboración y defensa de un trabajo final de consultoría estratégica. Esta parte proporciona el 40% y el examen final el 60% de la nota final. Hay que obtener en él una nota mínima de 4 para que se promedie con la nota de la evaluación continua.

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

- Grant, R.M. Dirección Estratégica. Conceptos, Técnicas y Aplicaciones, Civitas, 2014
- Hitt, M. A., Ireland, R. D., Hoskisson, R. E. & Harrison, J. S. Strategic Management: Concepts and Cases, Cengage, 2023
- Rodríguez Márquez, A. Nieto, M.J. Fernández, Z. y Revilla Torrejón, A. Manual de creación de empresas, Thompson Reuters, 2014
- Rothaemel, F. Strategic Management, McGraw Hill, 2023

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

- Thompson, A.A., Peteraf, M., Gamble, G.E. & Strickland, A.J. Administración Estratégica, McGraw Hill, México D.F., 2023
- Guerras Martín, L.A. y Navas López, J.E. La Dirección Estratégica de la Empresa. Teoría y Aplicaciones, Civitas, 2022
- Whittington, R., Régner, P., Angwin, D., Johnson, G. and Scholes, K. Exploring Strategy Text and Cases, Pearson, 2019

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