

GUÍA DOCENTE ABREVIADA DE LA ASIGNATURA

M602 - Estrategia Corporativa

Máster Universitario en Empresa y Tecnologías de la Información

Curso Académico 2020-2021

1. DATOS IDENTIFICATIVOS					
Título/s	Máster Universitario en Empresa y Tecnologías de la Información			Tipología y Curso	Obligatoria. Curso 1
Centro	Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales				
Módulo / materia	ASIGNATURAS OBLIGATORIAS EMPRESAS Y TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN				
Código y denominación	M602 - Estrategia Corporativa				
Créditos ECTS	2,5	Cuatrimestre	Cuatrimestral (1)		
Web					
Idioma de impartición	Español	English friendly	No	Forma de impartición	Presencial

Departamento	DPTO. ADMINISTRACION DE EMPRESAS				
Profesor responsable	MARTA PEREZ PEREZ				
E-mail	marta.perez@unican.es				
Número despacho	Edificio de las Facultades de Derecho y Ciencias Económicas y Empresariales. Planta: + 2. Despacho Profesores Asociados Administración de Em (E222A)				
Otros profesores	MARIA CONCEPCION LOPEZ FERNANDEZ				

3.1 RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- Identificar acciones de estrategia corporativa y relacionarlas con otros conceptos empresariales (gobierno corporativo, modelo de negocio y emprendimiento corporativo)
- Establecer los límites de una empresa; su nivel de integración vertical y/o los tipos de cooperación empresarial así como las ventajas e inconvenientes de cada opción
- Identificar las alternativas existentes de crecimiento y desarrollo estratégico de la empresa y sus implicaciones, siendo capaces de valorar la adecuación de las diferentes alternativas y de adoptar decisiones.
- Analizar los elementos necesarios para implantar de forma efectiva la estrategia corporativa de la organización, adquiriendo destrezas para la toma de decisiones relativas al desarrollo corporativo

4. OBJETIVOS

Conocer, analizar, valorar y decidir, teniendo en cuenta la forma de gobierno de la empresa y su modelo de negocio, los negocios en los que la empresa va a competir (emprendimiento corporativo).

Conocer, analizar, valorar y decidir cuál va a ser su estrategia de desarrollo.

Conocer, analizar, valorar y decidir cómo va a implementar su estrategia corporativa

6. ORGANIZACIÓN DOCENTE

CONTENIDOS

1	1.- ¿Qué es y para que sirve la estrategia corporativa (EC)?
2	2.- Desarrollo estratégico de la empresa
3	3.- Cómo implementar la EC

7. MÉTODOS DE LA EVALUACIÓN

Descripción	Tipología	Eval. Final	Recuper.	%
Examen Teórico-Práctico	Examen escrito	No	Sí	30,00
Evaluación Continua Individual	Actividad de evaluación con soporte virtual	No	Sí	20,00
Evaluación Continua en Equipo	Trabajo	No	Sí	50,00
TOTAL				100,00

Observaciones

La asignatura se considerará superada cuando se obtenga una calificación de 5 o más puntos en el conjunto de pruebas de la asignatura y se obtengan las calificaciones mínimas indicadas en esta guía para cada actividad.

Criterios de evaluación para estudiantes a tiempo parcial

En el caso de que los alumnos a tiempo parcial no pudieran realizar la evaluación ordinaria dichos alumnos superarán la asignatura cuando obtengan una calificación de 5 o más puntos en el examen único teórico práctico sobre la totalidad de los contenidos de la asignatura que supondrá el 100% de evaluación.

8. BIBLIOGRAFÍA Y MATERIALES DIDÁCTICOS

BÁSICA

- BLEKMAN, T. (2011) Corporate Effectuation. What managers should learn from entrepreneurs. Academic Service. Sdu Publishers bv. The Hague.
- CASADESUS-MASANELL, R. & RICART, J.E. (2010). From Strategy to Business Models and onto Tactics. Long Range Planning, 43, 195-215.
- COLLIS, D. J., & MONTGOMERY, C. (2005). Corporate strategy. McGraw Hill Professional.
- ESPINOSA, C., LARRABETTI, J., & SAN SEGUNDO, A. (2012). Ejecución Estratégica. La experiencia e innovación de 12 CEO clave ante un nuevo escenario.
- FEBLES ACOSTA, J. (2011). La cultura estratégica: factor clave del éxito empresarial.
- FERNANDEZ GAGO, R. (2005). Administración de la responsabilidad social corporativa. Thomson-Paraninfo, Madrid.
- FORMANCHUK et al. (2017). Disruptiendo la función de comunicación interna. (ebook)
- GRANT, R.M. (2006). Dirección estratégica. Conceptos, técnicas y aplicaciones. Última edición. Cívitas. Madrid.
- JONSON, G, SCHOLE, K. & WHITTINGTON, R. (2008). Exploring corporate strategy: text & cases. Pearson Education.
- OECD. (2004). Principios de gobierno corporativo de la OCDE. París: OCDE.
<http://www.oecd.org/publications/g20-ocde-principios-de-gobierno-corporativo-9789264259171-es.htm> (also available in English, OECD Principles of Corporate Governance,
<http://www.oecd.org/publications/g20-oecd-principles-of-corporate-governance-2015-9789264236882-en.htm>)
- NAVAS, J.E. y GUERRAS, L.A. (2006). La Dirección Estratégica de la Empresa. Teoría y Aplicaciones. Cívitas: Madrid. Edición 2012.
- NEWT, F. (2012) Business Models and Strategic Management: A New Integration. Business Expert Press. LLC, NY.
- PLANELLAS ARÁN, M. & PARADA BALDERRAMA, P. (2007). ¿Qué es estrategia corporativa? Harvard Deusto Business Review, (153), pp. 34-51.
- TEECE, D.J. (2010). Business Models, Business Strategy and Innovation. Long Range Planning 43, 172-194.
- VENTURA, J. (2008). Análisis Estratégico de la empresa. Paraninfo, Madrid.
- ZOTT, C. & AMIT, R. (2013). The business model: A theoretically anchored robust construct for strategic analysis. Strategic Organization, 11(4): 403-411.
- FERNANDEZ GAGO, R. (2005). Administración de la responsabilidad social corporativa. Thomson-Paraninfo, Madrid.

Esta es la Guía Docente abreviada de la asignatura. Tienes también publicada en la Web la información más detallada de la asignatura en la Guía Docente Completa.