

Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

M601 - Estrategia Corporativa

Máster Universitario en Dirección de Empresas (MBA)
Obligatoria. Curso 1

Curso Académico 2020-2021

1. DATOS IDENTIFICATIVOS

Título/s	Máster Universitario en Dirección de Empresas (MBA)	Tipología y Curso	Obligatoria. Curso 1
Centro	Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales		
Módulo / materia	ASIGNATURAS OBLIGATORIAS DIRECCIÓN DE EMPRESAS		
Código y denominación	M601 - 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@uncan.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

2. CONOCIMIENTOS PREVIOS

Conocimientos básicos de estrategia empresarial

3. COMPETENCIAS GENÉRICAS Y ESPECÍFICAS DEL PLAN DE ESTUDIOS TRABAJADAS

Competencias Genéricas

Capacidad para trabajar en equipo. El alumno deberá saber integrarse y colaborar de forma activa en la consecución de objetivos comunes con otras personas mucho más allá de los logros de carácter individual, pensando de forma global por el bien de la organización a la que pertenece.

Iniciativa y espíritu emprendedor. Capacidad consistente en poseer el impulso suficiente para plantear iniciativas y poner en marcha proyectos de carácter empresarial.

Competencias Específicas

Capacidad para conocer y evaluar las diferentes estrategias de desarrollo empresarial, sus implicaciones con el gobierno y la responsabilidad social de la empresa

Competencias Básicas

Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios

Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades

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.

5. MODALIDADES ORGANIZATIVAS Y MÉTODOS DOCENTES

ACTIVIDADES	HORAS DE LA ASIGNATURA
ACTIVIDADES PRESENCIALES	
HORAS DE CLASE (A)	
- Teoría (TE)	8
- Prácticas en Aula (PA)	12
- Prácticas de Laboratorio (PL)	
- Horas Clínicas (CL)	
Subtotal horas de clase	20
ACTIVIDADES DE SEGUIMIENTO (B)	
- Tutorías (TU)	3
- Evaluación (EV)	1
Subtotal actividades de seguimiento	4
Total actividades presenciales (A+B)	24
ACTIVIDADES NO PRESENCIALES	
Trabajo en grupo (TG)	27,5
Trabajo autónomo (TA)	11
Tutorías No Presenciales (TU-NP)	
Evaluación No Presencial (EV-NP)	
Total actividades no presenciales	38,5
HORAS TOTALES	62,5

6. ORGANIZACIÓN DOCENTE

CONTENIDOS		TE	PA	PL	CL	TU	EV	TG	TA	TU-NP	EV-NP	Semana
1	1.- ¿Qué es y para que sirve la estrategia corporativa (EC)?	2,00	3,00	0,00	0,00	1,00	0,25	6,50	3,00	0,00	0,00	1
2	2.- Desarrollo estratégico de la empresa	2,00	3,00	0,00	0,00	1,00	0,25	6,50	3,00	0,00	0,00	1
3	3.- ¿Cómo implementar la EC?	4,00	6,00	0,00	0,00	1,00	0,50	14,50	5,00	0,00	0,00	2
TOTAL DE HORAS		8,00	12,00	0,00	0,00	3,00	1,00	27,50	11,00	0,00	0,00	

Esta organización tiene carácter orientativo.

Ante la situación incierta de que las medidas de distanciamiento social establecidas por las autoridades sanitarias no permitan desarrollar alguna actividad docente de forma presencial en el aula para todos los estudiantes matriculados, se adoptará una modalidad mixta de docencia que combine esta docencia presencial en el aula con docencia a distancia. De la misma manera, la tutorización podrá ser sustituida por tutorización a distancia utilizando medios telemáticos.

TE	Horas de teoría
PA	Horas de prácticas en aula
PL	Horas de prácticas de laboratorio
CL	Horas Clínicas
TU	Horas de tutoría
EV	Horas de evaluación
TG	Horas de trabajo en grupo
TA	Horas de trabajo autónomo
TU-NP	Tutorías No Presenciales
EV-NP	Evaluación No Presencial

7. MÉTODOS DE LA EVALUACIÓN

Descripción	Tipología	Eval. Final	Recuper.	%
Examen Teórico-Práctico	Examen escrito	No	Sí	30,00
Calif. mínima	0,00			
Duración				
Fecha realización	Durante el desarrollo de la asignatura			
Condiciones recuperación	Examen escrito durante la realización del Máster			
Observaciones	El porcentaje total del 30% se distribuirá entre 3 exámenes teórico-prácticos asociados a cada uno de los temas de la asignatura.			
Evaluación Continua Individual	Actividad de evaluación con soporte virtual	No	Sí	20,00
Calif. mínima	0,00			
Duración				
Fecha realización	Durante el desarrollo de la asignatura			
Condiciones recuperación	Actividad de similares características en la convocatoria extraordinaria			
Observaciones	Se realizarán dos casos/actividades individuales. La entrega final se realizará a través de la plataforma virtual de la asignatura.			
Evaluación Continua en Equipo	Trabajo	No	Sí	50,00
Calif. mínima	4,00			
Duración				
Fecha realización	Durante el desarrollo de la asignatura			
Condiciones recuperación	Trabajo individual			
Observaciones	La entrega de la versión final del trabajo en equipo se realizará a través de la plataforma de la asignatura. Se valorará: contenido, discusión, formato y presentación del trabajo. En lo referente a la presentación ésta podrá realizarse a través de plataformas síncronas (tales como skype empresarial) si la situación sanitaria impidiese su presentación en el aula.			
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.
- NEWTN, 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.

Complementaria

CHANG, K.W. Y MAUBORGNE, R. (2005). La estrategia del océano azul : cómo crear en el mercado espacios nodisputados en los que la competencia sea irrelevante. Granica. Barcelona. 2007.

CODURAS, A., GUERRERO, M. y PEÑA, I. (2011) Emprendimiento corporativo en España. GEM España-Fundación Xavier de Salas.

CORBETT, A., COVIN, J.G., O'CONNOR, G.C. & TUCCI, C.L. (2013). Corporate Entrepreneurship: State-of-the-Art Research and a Future Research Agenda. Journal of Product Innovation Management. 30(5), pp. 812-820.

GRANT, R.M. (2005). Cases to accompany contemporary strategy analysis. Fifth edition. Blackwell. Oxford.

HORNSBY, J. & PEÑA-LEGAZKUE, I. & GUERRERO, M. (2013). Guest editorial: the role of corporate entrepreneurship in the current organizational and economic landscape. International Entrepreneurship Management Journal. 9, pp. 295-305.

JONSON, G, SCHOLEK, K. Y WHITTINGTON, R. (2006). Dirección estratégica. 7ª Edición. Prentice Hall, Madrid.

KURATKO, D.F. & AUDRESTCH, D.B. (2013). Clarifying the domains of corporate Entrepreneurship. International Entrepreneurship Management Journal. 9, pp. 323-335.

NARAYANAN, V.K., YANG, Y. & ZAHRA, S.A. (2009). Corporate venturing and value creation: A review and proposed framework. Research Policy. 38, pp. 58-76.

NATIONS, U. (2014). World Urbanization Prospects: The 2014 Revision, Highlights. Department of Economic and Social Affairs. Population Division, United Nations.

THOMPSON, A.A., PETERAF, M.A., GAMBLE, J.E. & STRICKLAND, A.J. (2012). Administración estratégica. Teoría y Casos. Mc Graw Hill.

PHAN, P. H., WRIGHT, M., UCBASARAN, D., & TAN, W. (2009). Corporate entrepreneurship: Current research and future directions. Journal of Business Venturing, 24(3), pp. 197-205.

SHARMA, P. y CHRISMAN, J.J. (1999) Toward a Reconciliation of the Definitional Issues in the Field of Corporate Entrepreneurship. Entrepreneurship Theory and Practice. Spring, pp. 11-27.

SPIETH, P., SCHNECKENBERG, D. y RICART, J.E. (2014): "Business model innovation –state of the art and future challenges for the field". R&D Management, 44(3): 237-247.

Unión Internacional de Telecomunicaciones (ITU). Disponible en: <https://www.itu.int/es/about/Pages/default.aspx>

World Urbanization Projects Report. (2014). Disponible en: <https://esa.un.org/unpd/wup/>

9. SOFTWARE

PROGRAMA / APLICACIÓN	CENTRO	PLANTA	SALA	HORARIO
-----------------------	--------	--------	------	---------

10. COMPETENCIAS LINGÜÍSTICAS

- Comprensión escrita
- Comprensión oral
- Expresión escrita
- Expresión oral
- Asignatura íntegramente desarrollada en inglés

Observaciones