

## GUÍA DOCENTE ABREVIADA DE LA ASIGNATURA

M602 - Estrategia Corporativa

Máster Universitario en Empresa y Tecnologías de la Información

Curso Académico 2021-2022

1. DATOS IDENTIFICATIVOS					
Título/s	Máster Universitario en Empresa y Tecnologías de la Información			Tipología v 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	ADELA SANCHEZ SANTOS

### 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	40,00
Evaluación Continua Individual	Actividad de evaluación con soporte virtual	No	Sí	20,00
Evaluación Continua en Equipo	Trabajo	No	Sí	40,00
<b>TOTAL</b>				<b>100,00</b>

##### 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. Civitas. 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. Civitas: 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.

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.