

GUÍA DOCENTE ABREVIADA DE LA ASIGNATURA

887 - Estrategia Corporativa

Máster Universitario en Empresa y Tecnologías de la Información

Curso Académico 2023-2024

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	887 - 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	RAQUEL GOMEZ LOPEZ				
E-mail	raquel.gomezlopez@unican.es				
Número despacho	Edificio de las Facultades de Derecho y Ciencias Económicas y Empresariales. Planta: + 2. DESPACHO (E237)				
Otros profesores					

3.1 RESULTADOS DE APRENDIZAJE	
- Identificar acciones de estrategia corporativa y relacionarlas con otros conceptos empresariales como los modelos de negocio	
- 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

Identificar las alternativas existentes de crecimiento y desarrollo estratégico de la empresa y sus implicaciones.
 Valorar y analizar la adecuación de las diferentes alternativas estratégicas y tomar decisiones óptimas de cara a su implementación.
 Identificar acciones de estrategia corporativa y relacionarlas con otros conceptos empresariales como los modelos de negocio.

6. ORGANIZACIÓN DOCENTE

CONTENIDOS

1	Introducción a la Estrategia Corporativa
2	Desarrollo Estratégico de la Empresa
3	Implementación de la Estrategia Corporativa en la Empresa

7. MÉTODOS DE LA EVALUACIÓN

Descripción	Tipología	Eval. Final	Recuper.	%
Examen Tipo Test	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
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

- 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.
- JONSON, G, SCHOLE, K. & WHITTINGTON, R. (2008). Exploring corporate strategy: text & cases. Pearson Education.
- NAVAS, J.E. y GUERRAS, L.A. (2006). La Dirección Estratégica de la Empresa. Teoría y Aplicaciones. Civitas: 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.

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.