



Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

762 - Estrategia Corporativa

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

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

Curso Académico 2023-2024

1. DATOS IDENTIFICATIVOS					
Título/s	Máster Universitario en Dirección de Empresas (MBA) Máster Universitario en Dirección de Empresas (MBA)			Tipología v Curso	Obligatoria. Curso 1 Obligatoria. Curso 1
Centro	Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales				
Módulo / materia	ASIGNATURAS OBLIGATORIAS DIRECCIÓN DE EMPRESAS				
Código y denominación	762 - 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				

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 Experimental (PLE)	
- Prácticas de Laboratorio en Ordenador (PLO)	
- Prácticas 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	PLE	PLO	CL	TU	EV	TG	TA	TU-NP	EV-NP	Semana
1	Estrategia corporativa (EC): Desarrollo estratégico de la empresa	2,00	3,00	0,00	0,00	0,00	1,00	0,25	6,50	3,00	0,00	0,00	1
2	Cómo implementar la EC	2,00	3,00	0,00	0,00	0,00	1,00	0,25	6,50	3,00	0,00	0,00	1
3	EC y otros conceptos empresariales	4,00	6,00	0,00	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	0,00	3,00	1,00	27,50	11,00	0,00	0,00	
Esta organización tiene carácter orientativo.													

TE	Horas de teoría
PA	Horas de prácticas en aula
PLE	Horas de prácticas de laboratorio experimental
PLO	Horas de prácticas de laboratorio en ordenador
CL	Horas de prácticas 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	40,00
Calif. mínima	4,00			
Duración				
Fecha realización	Fecha fijada por la organización del máster			
Condiciones recuperación	Examen escrito durante la realización del Máster			
Observaciones				
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	40,00
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. 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.
- 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.

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	
<input checked="" type="checkbox"/> Comprensión escrita	<input checked="" type="checkbox"/> Comprensión oral
<input type="checkbox"/> Expresión escrita	<input type="checkbox"/> Expresión oral
<input type="checkbox"/> Asignatura íntegramente desarrollada en inglés	
Observaciones	