Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

887 - Estrategia Corporativa

Máster Universitario en Empresa y Tecnologías de la Información
Obligatoria. Curso 1

Curso Académico 2023-2024

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	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	

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 y en equipos de proyecto / empresa mucho más allá de los logros de carácter individual, pensando de forma global por el bien de la empresa u organización

Iniciativa y espíritu emprendedor. Capacidad consistente en poseer el impulso suficiente para plantear ideas y poner en marcha proyectos de empresariales y/o iniciativas de base tecnológica

Competencias Específicas

Capacidad para analizar, tomar decisiones y establecer la estrategia corporativa y la forma de gobierno en 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 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.

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	Introducción a la Estrategia Corporativa	2,00	3,00	0,00	0,00	0,00	1,00	0,25	6,50	3,00	0,00	0,00	1
2	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
3	Implementación de la Estrategia Corporativa en la Empresa	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 Tipo Test	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/tareas 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

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, SCHOLES,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.
NEWTH, 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.

Complementaria

CHANG, K.W. Y MAUBORGNE, R. (2005). La estrategia del océano azul : cómo crear en el mercado espacios no disputados en los que la competencia sea irrelevante. Granica. Barcelona. 2007.
FERNANDEZ GAGO, R. (2005). Administración de la responsabilidad social corporativa. Thomson-Paraninfo, Madrid.
GRANT, R.M. (2005). Cases to accompany contemporary strategy analysis. Fifth edition. Blackwell. Oxford.
JONSON, G, SCHOLES,K. Y WHITTINGTON, R. (2006). Dirección estratégica. 7ª Edición. Prentice Hall, Madrid.
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.
THOMPSON, A.A., PETERAF, M.A., GAMBLE, J.E. & STRICKLAND, A.J. (2012). Administración estratégica. Teoría y Casos. Mc Graw Hilll.
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.

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