

Titulación	Tipo	Curso	Semestre
2501232 Empresa y Tecnología	OB	2	2

Contacto

Nombre: Maria Consol Torreguitart Mirada
Correo electrónico: Consol.Torreguitart@uab.cat

Uso de idiomas

Lengua vehicular mayoritaria: catalán (cat)
Algún grupo íntegramente en inglés: No
Algún grupo íntegramente en catalán: Sí
Algún grupo íntegramente en español: No

Prerequisitos

Se recomienda tener aprobada la asignatura Economía de la Empresa.

Objetivos y contextualización

Impartir y practicar los conocimientos y las técnicas relativas a la dirección estratégica de la empresa, con la finalidad de que los estudiantes se involucren eficazmente en los procesos de formulación e implantación de la estrategia empresarial.

Competencias

- Analizar, diagnosticar, prestar apoyo y tomar decisiones en materia de estructura organizativa y gestión empresarial.
- Capacidad de análisis y de síntesis, de organizar, de planificar, de resolver problemas y tomar decisiones.
- Capacidad de buscar y analizar información proveniente de fuentes diversas.
- Demostrar creatividad e iniciativa.
- Demostrar que comprende los principios, estructura, organización y funcionamiento interno de las empresas y organizaciones.
- Desarrollar estrategias de aprendizaje autónomo.
- Identificar, analizar y resolver problemas y situaciones complejas relativas a organizaciones empresariales.

Resultados de aprendizaje

1. Analizar los distintos modelos de dirección de las empresas y organizaciones.
2. Analizar y formular de forma efectiva la estrategia de una empresa.
3. Capacidad de análisis y de síntesis, de organizar, de planificar, de resolver problemas y tomar decisiones.
4. Capacidad de buscar y analizar información proveniente de fuentes diversas.
5. Definir el proceso de análisis, formulación e implementación de la estrategia de una empresa.
6. Demostrar creatividad e iniciativa.
7. Desarrollar estrategias de aprendizaje autónomo.
8. Gestionar un proceso de cambio.
9. Interrelacionar las decisiones comerciales con el resto de decisiones funcionales de una empresa.

Contenido

Tema 1. Estrategia de Empresa: Concepto de política o estrategia de empresa .- Contenido de la estrategia empresarial .- Objetivos y niveles estratégicos .- La unidad estratégica de negocio.- El proceso estratégico.- Enfoques del pensamiento estratégico.

Tema 2. Misión y objetivos empresariales. La misión y la visión empresariales.- Los objetivos estratégicos.- La responsabilidad social de la empresa.- La ética empresarial.

Tema 3. Diagnóstico estratégico (I): Análisis externo: Concepto y niveles de entorno. .- Análisis del entorno general.- Análisis del entorno sectorial y de la competencia.- Los grupos estratégicos .- Segmentación de la demanda.

Tema 4. Diagnóstico estratégico (II): Análisis interno: Análisis funcional y de perfil estratégico .- Cadena de valor .- Curva de experiencia .- Análisis de los recursos y capacidades .- El benchmarking.

Tema 5. Estrategias de negocio: Naturaleza y fuentes de la ventaja competitiva .- Análisis de la ventaja competitiva en coste y diferenciación .- El reloj estratégico. Ciclo de vida .- Estrategias para sectores emergentes, en madurez y en declive .- Estrategias de innovación.

Tema 6. Estrategias corporativas: Direcciones del desarrollo estratégico .- Estrategias corporativas de diversificación, integración vertical, internacionalización y cooperación .- Dirección y técnicas de gestión de empresas diversificadas.

Tema 7. La formulación de la estrategia en la práctica empresarial: El plan estratégico.- El plan de empresa.- La gestión del cambio.

Metodología

Para alcanzar los objetivos de la asignatura, se combinará la siguiente metodología docente:

- 1. Clases magistrales con soporte TIC:** En estas sesiones los profesores desarrollarán los principales conceptos y nociones fundamentales de la asignatura. Para facilitar su aprendizaje se pondrán ejemplos de empresas y se efectuarán las aplicaciones prácticas necesarias.
- 2. Sesiones de trabajo centradas en un caso:** Se utilizará la metodología del caso para conocer mejor los diferentes conceptos teóricos trabajados en las sesiones magistrales.
- 3. Actividades diversas de apoyo:** Con el objetivo de acercar al estudiante al mundo de la empresa durante el curso se propondrá la lectura de artículos de prensa y / o de revistas especializadas donde salgan noticias relacionadas con los conceptos que se trabajando en la asignatura.
- 4. Realización de actividades prácticas por parte de los alumnos:** Se facilitará un dossier de actividades prácticas que los estudiantes deberán resolver de forma autónoma o en pequeños grupos de trabajo. Algunos de estos prácticos se realizarán en el aula y otros no.
- 5. Tutorías presenciales:** El estudiante dispondrá de unas horas donde los profesores de la asignatura podrán ayudarlo a resolver las dudas que se le presenten en el estudio de la materia y en la resolución de problemas.

Actividades

Título	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Tipo: Dirigidas			

Clases prácticas	15	0,6	2, 5, 8, 9, 3, 4
Clases Teóricas	30	1,2	2, 5, 9
Tipo: Supervisadas			
Tutorías	20	0,8	2, 5, 9
Tipo: Autónomas			
Búsqueda de información, preparación y resolución de casos	35	1,4	2, 5, 8, 9, 3, 4
estudio de los contenidos	45	1,8	2, 5, 8, 9, 3, 4

Evaluación

La **nota final del curso** estará formada por la media ponderada de tres notas:

- Seguimiento del curso.** El correcto seguimiento del curso exige la asistencia a clase y la realización de los casos prácticos y actividades programadas durante el curso para cada uno de los temas. A lo largo del curso se controlarán todos estos aspectos, que resultaran en una nota que representará el 30% de la nota final del curso.
- Actividad evaluativa.** A mitad del curso se realizará una prueba sobre los contenidos de la primera parte del curso. La nota representará el 30% de la nota final del curso.
- Examen al final** (véase el calendario de exámenes de la Facultad). Se evaluará al estudiante en base a los contenidos de la segunda parte del curso si en la actividad evaluativa se ha obtenido como mínimo un 4; en este caso la nota del examen representará el 40% de la nota final del curso. Si en la actividad evaluativa no se ha obtenido un 4 el estudiante se examinará de todos los contenidos del curso y la nota del examen representará el 70% de la nota final del curso.

Para **superar la asignatura** es necesario:

- Obtener en todas y cada una de las tres evaluaciones una nota igual o superior a 4.**
- Que la media ponderada de las tres notas sea igual o superior a 5.**

En el caso de una nota inferior a 4, el estudiante deberá volver a cursar la asignatura.

Para los estudiantes que en la evaluación hayan obtenido una nota que sea igual o superior a 4 e inferior a 5 habrá una reevaluación. En el momento de publicar las calificaciones finales se anunciará la modalidad de la misma. Esta reevaluación estará programada en el calendario de exámenes de la Facultad. El estudiante que se presenta y la supere aprobará la asignatura con una nota de 5. En caso contrario mantendrá la misma nota.

Un estudiante se considera "No Evaluable" en la asignatura siempre y cuando no haya participado en ninguna de las actividades de evaluación. Por tanto, se considera que un estudiante que realiza algún componente de la evaluación continuada ya no podrá optar a una nota de "No Evaluable".

Al final del curso se publicarán las calificaciones finales y el día y la hora y lugar de revisión de los exámenes.

Actividades de evaluación

Título	Peso	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Actividad evaluativa	30%	2	0,08	1, 2, 5, 8, 9, 3, 4

Examen al final	40%	3	0,12	2, 5, 9, 3
Seguimiento del curso	30%	0	0	2, 5, 6, 7, 8, 9, 3, 4

Bibliografía

GUERRAS, L.A.; NAVAS, J.E. (2008): La dirección estratégica de la empresa. Teoría y aplicaciones. Madrid: Thomson-Civitas.

GUERRAS, L.A.; NAVAS, J.E. (2008): Casos de dirección estratégica de la empresa. Madrid: Thomson-Civitas.

GRANT, R.M. (2014): Dirección estratégica. Madrid: Civitas.

JOHNSON, G., SCHOLLES, K. y WHITTINGTON, R. (2006): Dirección estratégica (7ª ed.). Madrid: Pearson Prentice Hall.

THOMPSON, A., et.al (2015): Administración estratégica. Teoría y Casos. 19ª edición. McGrawHill.