

Guía Docente

DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Curso académico:	2018-2019		
Titulación:	Master Universitario en Administración y Dirección de Empresas. MBA		
Rama de Conocimiento:	Ciencias Sociales y Jurídicas		
Facultad/Escuela:	Ciencias Jurídicas y Empresariales		
Asignatura:	Estrategia		
Tipo:	Obligatoria	Créditos ECTS:	8
Curso:	1	Código:	8063
Periodo docente:	Primer-Segundo semestre		
Materia:	Desarrollo de la Organización Empresarial		
Módulo:	Desarrollo de la Organización Empresarial		
Tipo de enseñanza:	Presencial		
Idioma:	Castellano		
Total de horas de dedicación del alumno:	200		

Equipo Docente	Correo Electrónico
Ignacio Carnicero Plaza	ignacio.carnicero14@gmail.com
Carlos Poza Lara	carlos.poza@ufv.es
José Ignacio de Andrés Fuentetaja	j.andres.prof@ufv.es
María del Castillo Díez	m.delcastillo@ufv.es
Alfonso Urquiza Echevarren	a.urquiza.prof@ufv.es
Gloria Claudio Quiroga	g.claudio.prof@ufv.es
Salvador Ortiz de Montellano del Puerto	salvador.montellano@ufv.es

DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

El entorno empresarial actual es muy complejo y cambiante, por lo que elaborar e implantar una estrategia empresarial sostenible que cree y capture valor requiere conocimientos y esfuerzo. En esta asignatura se trabajará sobre los elementos internos y externos que afectan a la estrategia y sobre las herramientas útiles para la definición e implantación de la estrategia, con la misión de ayudar al alumno a pensar estratégicamente.

OBJETIVO

Con esta asignatura se pretende que el alumno pueda formular una estrategia ética y sostenible para un negocio y que la pueda implantar.

Para ello, deberá interiorizar una serie de conceptos clave, como son la creación y captura de valor, el análisis y conocimiento del sector, el análisis y evaluación interno de la empresa y su definición de negocio, la realización de un plan de negocio y de marketing, la determinación del posicionamiento de la empresa, la construcción de ventajas competitivas sostenibles, la interacción con los competidores y el conocimiento de una serie de herramientas y marcos estratégicos para que la empresa pueda crecer de un modo socialmente responsable en un entorno global y de cambio constante.

CONOCIMIENTOS PREVIOS

Es deseable que el alumno esté familiarizado con los conceptos relacionados con la empresa en general, y con la estrategia empresarial en particular.

CONTENIDOS

El contenido de la asignatura se desarrolla en los siguientes puntos:

1.- INTRODUCCION AL PENSAMIENTO ESTRATEGICO. ANALISIS ESTRATEGICO DEL NEGOCIO

- Análisis estratégico del negocio:
 - Factores claves del negocio
 - Perfil estratégico de la compañía
- La misión, visión y valores de la empresa:
 - Análisis DAFO
 - Módulo de las 7"s" de McKinsey
- Creación de una ventaja estratégica sostenible.
- Diferentes tipos de estrategias competitivas:
 - Liderazgo en costes
 - Diferenciación
 - Estrategias de enfoque
- La cooperación entre empresas
- Formulación y diseño de la estrategia .
- Implantación de la estrategia

2.- MODELOS ESTRATEGICOS CENTRADOS EN LA INNOVACION

- Modelos del marco estratégico:
 - Modelo de Recursos
 - Modelo de Gestión Basado en Valor (GBV)
 - El Modelo Delta: marco estratégico centrado en la satisfacción integral del cliente
- La unión estrategia-ejecución, efectividad operacional, satisfacción del cliente, innovación, parámetros de diseño y medida de eficiencia.
- Estrategias para la innovación continua, elementos, herramientas de diseño de estrategias para la innovación en las organizaciones empresariales. La estrategia del océano azul.

-Modelo de Negocio Long Tail

3.- ESCENARIO ECONOMICO GLOBAL

- Funcionamiento del sistema económico. Macromagnitudes e indicadores. Políticas económicas. Oferta y demanda agregadas.
- Balanza de pagos y sistema de tipos de cambio. Organización Mundial de Comercio (OMC)
- Jugadores del escenario económico internacional: Organismos multilaterales, empresas transnacionales...
- Análisis de la situación de la economía mundial.
- El papel de China en el nuevo orden económico mundial.

4- CUADRO DE MANDO INTEGRAL

- Introducción
- Traducción de la Estrategia a términos operativos
- Retos empresariales en la elaboración de un BSC
- Proceso de elaboración de un sistema de gestión basado en el BSC
- Elementos de un sistema de gestión basado en BSC
- 10 Claves de éxito para la implantación del BSC
- Esquema del proceso de desarrollo e implantación del BSC
- Perspectivas del BSC
- Integración de perspectivas
- Acciones Estratégicas
- Beneficios y Riesgos del BSC
- Construcción del Mapa Estratégico
- Definición de metas y referencias de los objetivos e indicadores
- Seguimiento y Control de la estrategia. Informes de seguimiento

5.- EMPRENDIMIENTO, BIG DATA Y TECNOLOGIA

- Puntos clave del emprendimiento
- La gestión de datos masivos (Big Data) y su aportación en la toma de decisiones y diseño de la estrategia
- La toma de decisiones y el desarrollo del modelo de negocios en empresas considerando la tecnología
- ¿Cómo crear un plan estratégico de información y tecnología?
- Transformación Digital: elementos esenciales

ACTIVIDADES FORMATIVAS

Se combinará una metodología expositiva por parte del docente y de los alumnos para la explicación de los aspectos teóricos o de las actividades, proyectos o trabajos realizados, apoyándose en el uso de la plataforma virtual, proyección de transparencias o presentaciones en soporte informático.

Profundización en los conocimientos teóricos mediante el método del caso y/o simuladores empresariales.

El Aula virtual estará a disposición del alumno y del profesor, donde se dispondrá de documentación que contribuyan a la preparación de la materia.

El profesor estará a disposición del alumno en tutorías presenciales o virtuales.

DISTRIBUCIÓN DE LOS TIEMPOS DE TRABAJO

ACTIVIDAD PRESENCIAL	TRABAJO AUTÓNOMO/ACTIVIDAD NO PRESENCIAL
66 horas	134 horas

COMPETENCIAS

Competencias básicas

Poseer las habilidades de aprendizaje que permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación.

Aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudios.

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.

Saber comunicar conclusiones -y los conocimientos y razones últimas que las sustentan- a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.

Competencias generales

Mostrar conocimientos avanzados sobre organización y administración de empresas y las capacidades y destrezas para poder gobernarla con eficacia.

Aplicar y desarrollar conocimientos y habilidades para gestionar con eficiencia los recursos y capacidades de la organización empresarial en sus diferentes ámbitos funcionales, temporales y geográficos.

Detectar información sustancial al proyecto empresarial y analizarla conforme a su misión y visión en términos de riesgo para que puedan incluir objetivos de negocios específicos en escenarios empresariales.

Mostrar una visión estratégica de la organización empresarial que aglutine los conocimientos adquiridos, el escenario empresarial concreto y los recursos y capacidades de la misma para conseguir los objetivos de negocio fijados.

Competencias específicas

Integrar la responsabilidad social dentro de la organización empresarial y de su estrategia de negocio.

Integrar los diferentes modelos sociales, empresariales y de mercado existentes para definir estrategias eficientes que sean coherentes con la misión, visión y objetivos de la organización empresarial.

Diseñar la comunicación efectiva de un plan de negocio conjugando información tanto económica como organizativa.

Diseñar estrategias de negocio conforme a los objetivos de la empresa y acordes a las particularidades socio-económico-políticas de los mercados.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Identifica razonadamente los términos relacionados con el pensamiento estratégico.

Conoce los diferentes pasos para del proceso de creación de una estrategia socialmente responsable, pensando en el corto, medio y largo plazo

Determina los elementos claves del sector y de la empresa.

Analiza los elementos clave de la creación y captura de valor.

Integra la Responsabilidad Social Corporativa en la Estrategia de la empresa

Crea estrategias alineadas con la misión, visión y objetivos de la organización empresarial

Comunica el plan de negocio

SISTEMA DE EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE

Se establece un sistema de evaluación con el siguiente propósito:

- Un requisito formal para el otorgamiento del título correspondiente.
- Evaluación del trabajo individual y grupal del alumno a lo largo del Máster.
- Posibilita la autoevaluación y reflexión del alumno sobre lo aprendido.

Conforme a lo anterior se ha elaborado un formato de evaluación con diversos instrumentos, los cuales se adaptan al propósito indicado anteriormente. Se requerirá haber cumplido las siguientes pautas.

Actitud positiva y comportamiento adecuado en las sesiones programadas del Máster:

La falta de este elemento supondrá la pérdida de la evaluación continua, lo cual se detallará con más detalle a continuación.

Superar en cada asignatura la evaluación prevista:

Para superar cada asignatura del máster, será necesario obtener una nota media individual de 5 o superior. Durante las pruebas no se podrá utilizar ninguna documentación.

Sistemas de evaluación de las asignaturas:

Evaluación individual por asignatura (55%):

será de tipo presencial. En función de la asignatura, consistirá en la realización de un examen, unos ejercicios, un trabajo, un multiplechoice o una combinación de varias de estas pruebas. El examen será de carácter presencial y se realizará el día establecido en la programación docente.

Para superar la asignatura deberá obtenerse una nota mínima de 5.

Evaluación trabajo en grupo (30%) compuesta por:

- simulador o un caso propio de la asignatura (10%)
- caso integrador de varias asignaturas (10%)
- simulador (10%) que se imparte en la parte final del máster.

Evaluación continua (15%):

sólo se realizará un sistema de evaluación continua para aquellos alumnos que asistan al 80% de las clases y hayan tenido una actitud positiva y un comportamiento adecuado. La evaluación continua se basará en la participación activa e inteligente, en la preparación previa de los trabajos y en la actitud en clase.

No se repetirán las pruebas si el alumno no asiste al día fijado al efecto. Excepcionalmente la Dirección académica, si el alumno hubiera comunicado la imposibilidad de realizar la prueba durante el tiempo señalado ordinariamente para su realización, y la Dirección estima que son circunstancias o razones de fuerza mayor, podrá habilitar otro día para la realización del mismo.

Cuando se suspenda alguna asignatura, en convocatoria ordinaria, se tendrá derecho a la convocatoria extraordinaria.

Convocatoria extraordinaria: Para evaluar la convocatoria extraordinaria se tendrá en cuenta exclusivamente el examen de dicha convocatoria, siendo necesario obtener un mínimo de 5 para superar la asignatura.

(1) Actitud positiva y comportamiento adecuado implica entre otras variables: puntualidad en la asistencia a las clases, uso limitado de dispositivos móviles a las actividades vinculadas a las tareas docentes, participación activa en clase y otros criterios que establezca el profesor en el aula.

BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

Básica

Bueno Campos, 1995 E.: "Dirección estratégica de la compañía: metodología, técnicas y casos", Editorial Pirámide

Chan, W. y Mauborgne R., 2008, "La estrategia del océano azul", Editorial Granica

Kaplan, R.S. y Norton D.P., 2009, "El Cuadro de Mando Integral", editorial Harvard Business Press

Mintzberg, H. y Quinn, J.B., 1997, "El proceso estratégico. Conceptos, contextos y casos" editorial Prentice Hall.

Navas López, J.E. y Guerras Martín, L.A., 2007, "La dirección estratégica de la compañía: teoría y aplicaciones", editorial Thomson-Civitas.

Peters, Thomas J. y Waterman Robert H., 2017, "En busca de la excelencia", editorial folio

Porter, Michael, 2006, "Estrategia competitiva: técnicas para el análisis de la empresa y sus competidores", editorial Piramide 2009

Porter, Michael, 1996, "Ventaja competitiva", Alay Ediciones

Complementaria

Adizes, I.K., 2009, "Cómo gestionar en tiempos de crisis", editorial Adizes Institute Publications

Blanco, Carlos, 2013, "Los principales errores de los emprendedores", Editorial Gestión 2000

Levy, Alberto, 2003, "Liderando en el infierno", editorial Paidós Ibérica

Peters y Waterman, 1980, "Structure is not organization", Business Horizons (vol. 23, issue 3, pages 14-26)