

# Guía Docente

## DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Titulación:	Master Universitario en Dirección de Empresas. MBA Executive		
Rama de Conocimiento:	Ciencias Sociales y Jurídicas		
Facultad/Escuela:	Ciencias Económicas y Empresariales		
Asignatura:	Estrategia Corporativa y Desarrollo de Negocio		
Tipo:	Obligatoria	Créditos ECTS:	4
Curso:	1	Código:	8033
Periodo docente:	Primer-Segundo semestre		
Materia:	Área de Desarrollo Gerencial		
Módulo:	Materias Comunes		
Tipo de enseñanza:	Semipresencial		
Idioma:	Castellano		
Total de horas de dedicación del alumno:	100		
Equipo Docente	Correo Electrónico		
Ignacio Carnicero Plaza	ignacio.carnicero14@gmail.com		

## DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

La asignatura Estrategia corporativa y desarrollo de Negocio pretende dar al alumno una visión de las diferentes estrategias empresariales que se pueden y deben plantear en el mundo de los negocios a partir del conocimiento de la visión, misión, análisis del entorno interno y externo. El análisis y evaluación de las capacidades y recursos disponibles y necesarios para el desarrollo de la estrategia empresarial, así como la búsqueda análisis de las ventajas competitivas genéricas y básicas. Finalmente el estudio y conocimiento de los diferentes sistemas de crecimiento empresarial que se plantean: Orgánico e Inorgánico.

En el ámbito corporativo hablamos de estrategia desde un punto de vista de definición, competencia, posicionamiento, planificación y desarrollo de la compañía por lo que es más apropiado hablar de Dirección

estratégica.

Es fundamental definir con precisión los términos para fijar adecuadamente el terreno de juego de la función estratégica en el ámbito empresarial. Lo anterior lo podemos resumir de forma sintética y resumidamente como... "Quién hace, Qué, Cómo y Cuándo".

La estrategia debe de dar respuesta básicamente a lo anterior intentando contestar a las preguntas que todo equipo directivo debe de resolver:

#Que se pretende conseguir

#Como se utilizan los recursos y capacidades existentes

#Cuales son los plazos y los ítems más representativos.

Por tanto la definición de las metas u objetivos previstos es un lugar específico y por tanto no común a todas las compañías, las políticas y acciones que definen el plan de acción a acometer, la coherencia entre lo que se compromete y las posibilidades reales en base a los recursos disponibles es algo fundamental.

Finalmente el análisis del entorno tanto interno como externo así como el análisis y conocimiento de los competidores (benchmarking) define el escenario estratégico más adecuado tanto desde una perspectiva de Océano azul (búsqueda de la estrategia única y no de nicho que conjugue el mejor de las ventajas competitivas de dos negocios haciendo coincidir en uno, caso característico de El Circo del Sol que es un negocio basado en el circo, en el teatro y la actividad física) y Océanos rojos (que se caracterizan por la búsqueda de una competencia feroz donde todas las compañías buscan sus ventajas competitivas para incrementar sus ventas en detrimento del competidor, caso particular de intentar conseguir el mayor Market Share).

El taller se apoya en un modelo de aprendizaje basado en la toma de decisiones vinculadas a diferentes procesos de negocio: Operaciones, Marketing y Ventas, Finanzas, Recursos Humanos ...

## OBJETIVO

Con esta asignatura se trata de poner en valor los aspectos más relevantes que la estrategia proporciona a los directivos, emprendedores y en general al mundo de la empresa.

la empresa no es algo único, diferente y ajeno a su entorno todo está conectado y así sus decisiones y sus estrategias deben de mirar tanto hacia dentro de ella como hacia afuera. Las amenazas y Oportunidades son el mejor ejemplo que debe de trabajar el estratega de empresa, toda vez que los escenarios son cambiantes así como las condiciones y los mercados en sí mismo.

Los rasgos de debe de tener un buen estratega según diferentes enfoques se pueden resumir en cuatro factores:

Saber lo que se debe hacer y ser capaz de explicarlo.

Hacer frente a la calamidad con una mente tan despejada como sea posible y reaccionar rápidamente ante ella.

Saber adelantarse a los cambios y por ello dibujar el futuro con la mayor claridad

Ser capaz de plantearse planes de acción a corto, medio, largo plazo así como tener siempre diseñados los planes de contingencia necesarios.

Un buen líder tiene que ser reflexivo y osado a la vez.

Para finalizar cabe decir que, algunos autores consideran que la estrategia es un arte y otros una ciencia.

Probablemente sea un mix de ambas, aunque que duda cabe que la estrategia viene condicionada entre otras circunstancias por el tamaño del mercado, los recursos y capacidades con que cuenta la compañía. Lo anterior es fundamental para poder desarrollar habilidades de toma de decisión y trabajo en equipo, así como de comunicación de resultados.

## CONOCIMIENTOS PREVIOS

Sería deseable que el alumno al enfrentarse a esta asignatura estuviera familiarizado con los conceptos de estrategia empresarial.

## CONTENIDOS

1. LA ESTRATEGIA. UNA APROXIMACIÓN Y DEFINICIÓN.
2. LA VISION, MISIÓN Y LOS OBJETIVOS DE LA COMPAÑÍA
3. ANÁLISIS DEL ENTORNO DE LA COMPAÑÍA
4. ANÁLISIS DE LA POSICIÓN COMPETITIVA
5. ANÁLISIS DE LOS COMPETIDORES
6. ANÁLISIS INTERNO DE LA COMPAÑÍA

7.LOS RECURSOS Y CAPACIDADES DE LA COMPAÑÍA  
 8.IDENTIFICACIÓN DE LOS RECURSOS Y CAPACIDADES DE LA COMPAÑÍA  
 9.EVALUACIÓN y DESARROLLO DE LOS RECURSOS Y CAPACIDADES  
 10.LAS NUEVAS TENDENCIAS  
 11.GENERACIÓN Y MANTENIMIENTO DE LA VENTAJA COMPETITIVA  
 12.MODELO DE NEGOCIO

## ACTIVIDADES FORMATIVAS

La asignatura se desarrolla con metodología semipresencial que combina actividades presenciales y actividades a través del Aula Virtual donde el alumno dispondrá de documentación que contribuyan a la preparación de la materia con una metodología autónoma por parte del mismo.

Se profundizará en los conocimientos teóricos y análisis casuístico de los mismos, mediante el "método del caso", la metodología de transferencia y/o simuladores de la realidad empresarial.

El equipo docente orientará las actividades y estará a disposición de los alumnos a través de tutorías presenciales y/o virtuales.

## DISTRIBUCIÓN DE LOS TIEMPOS DE TRABAJO

ACTIVIDAD PRESENCIAL	TRABAJO AUTÓNOMO/ACTIVIDAD NO PRESENCIAL
10 horas	90 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

Obtener conocimientos avanzados, capacidades y habilidades específicas de organización y dirección de empresas, de evaluación de alternativas de acción para el ejercicio al más alto nivel de la dirección de empresas privadas.

### Competencias específicas

Evaluar los riesgos y los costes relevantes para la toma de decisiones.

Aplicar el control de gestión presupuestaria como herramienta de evaluación del desempeño periódico dentro de cada unidad de gestión.

Desarrollar una metodología Específica para lograr la innovación dentro de las organizaciones.

Ser capaz de plantear estrategias de negocio de aportación de valor rentable y sostenible en el tiempo.

Definir misión y objetivos estratégicos y gestionar su comunicación corporativa.

Identificar los elementos necesarios para el análisis de la identidad y de la cultura corporativa.

## RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Aplica la estrategia como una actividad clave en la gestión directiva.

Realiza un análisis del entorno y diagnóstico de la situación interna y externa en la empresa.

Realiza un análisis DAFO.

Estudia y conoce las estrategias más adecuadas y su implementación.

Genera Modelos de negocio (Canvas).

Comprende las relaciones causa-efecto en los negocios vinculadas a la toma de decisiones empresariales.

Maneja en la práctica documentación de naturaleza estratégica del negocio así como estados financieros para la toma de decisiones.

Comprende los conceptos de Misión, visión, Valores y Propósito estratégico. Los Objetivos

## SISTEMA DE EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE

La asignatura tiene una evaluación proporcional basada en tres conceptos (epígrafes):

- Examen Multiple Choice; Pruebas en las que el alumno/a deberá responder a cuestiones de tipo teórico-práctico sobre la asignatura
- Simulación de negocios: Los alumnos realizan por grupos de trabajo elegidos por el profesor ejercicios de simulación y deben demostrar su destreza. Es una nota grupal que se individualiza por parte del profesor.
- Caso Integrador: El alumno realizará también en grupo el caso que se determine y el profesor asignará la nota de forma grupal y a cada uno de los alumnos.

Cada uno de los epígrafes pesa en la nota final un 33%

## BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

### Básica

BUENO CAMPOS, E.: "Dirección Estratégica de la Empresa: Metodología, técnicas y casos", Editorial Pirámide.

CERTO, S y PETER J. Paul. "Dirección Estratégica". Editorial McGraw-Hill.

GARCIGA,R.: "Formulación estratégica". Editorial Felix Varela.

GRANT, R. M. : "Dirección Estratégica: Conceptos, técnicas y aplicaciones", Editorial Thomson - Civitas

JONHSON, G. y SCHOLLES, K.: "Dirección Estratégica. Análisis de la estrategia de las organizaciones", Editorial Prentice Hall.

KOONTZ,H y WEIBRICH,H.: "Administración: Una perspectiva global". Editorial McGraw-Hill.

MENGUZATO,M y RENAU,JJ.: "Dirección Estratégica: Un enfoque innovador del management". Editorial Ariel.

MINTZBERG, H. y QUINN, J.B. : "El proceso estratégico. Conceptos, contextos y casos" Editorial Prentice Hall.

NAVAS LÓPEZ, J.E. y GUERRAS MARTÍN, L.A.: "La Dirección Estratégica de la Empresa: Teoría y Aplicaciones", Editorial Thomson-Civitas.

OSTERWALDER,A y PIGNEUR,Y. "Generación de Modelos de Negocio". Deusto. Editorial Planeta.