Guía Docente

DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Titulación:	Master Universitario en Dirección de Empresas. MBA Executive
Rama de Conocimiento:	Ciencias Sociales y Jurídicas
Facultad/Escuela:	Escuela de Postgrado y Formación Permanente
Asignatura:	Balance Scorecard
Tipo:	Optativa
Créditos ECTS:	6
Curso:	2
Código:	8047
Periodo docente:	Tercer semestre
Materia:	Dirección Estratégica Financiera
Módulo:	Materias Optativas
Tipo de enseñanza:	Semipresencial
Idioma:	Castellano
Total de horas de dedicación del alumno:	150

Equipo Docente	Correo Electrónico
María Inmaculada Puebla Sánchez	i.puebla.prof@ufv.es

DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

La asignatura trata de que el alumno adquiera conocimientos de análisis, control, valoración, comunicación así como estratégicos desde un punto de vista financiero.

Es la asignatura de Balanced Scorecard se desarrollan las principales metodologías utilizadas en la definición, implantación y seguimiento de la estrategia empresarial, así como de las distintas estrategias de crecimiento y fidelización que puede adoptar una empresa, Por otra parte a nivel conceptual se desarrollan conceptos claves en la gestión empresarial como la misión, visión y valores estratégicos de la empresa, realizando una aplicación práctica de un caso especifico de construcción de un Cuadro de Mando Integral definiendo las cuatro 'perspectivas que lo componen, explicando la importancia de su implantación y posterior seguimiento.

OBJETIVO

1. Desarrollar habilidades técnicas y conocimientos financieros.
2. Potenciar habilidades de comunicación de valores, misión visión y objetivos estratégicos.
3. Comprender el proceso de planificación estratégica
4. Capacidad de valorar empresas por diversas metodologías
5. Conocer la relevancia de los procesos de integración
6. Adquirir los conocimientos necesarios para estar capacitado para construir un Balance Scorecard

CONOCIMIENTOS PREVIOS

Conocimientos básicos de la composición de la estructura económico financiera de la empresa. Balances de Situación, Cuentas de Resultados, Estados de Flujo de Efectivo.
Conocimiento de los indicadores básicos y esenciales en el análisis de la situación económica y financiera de la empresa. Ratios, margenes, etc....

CONTENIDOS

UNIDAD DIDÁCTICA: EL ANÁLISIS ESTRATÉGICO DEL NEGOCIO.

1.Modelo estratégico básico
2.Factores clave en la estrategia
3.La misión visión y valores de la compañía
    3.1.Análisis DAFO
    3.2.Modelo de las 7 ¿s¿ de mckinsey
4.La formulación de la estrategia.
5.Estrategias competitivas.
6.La cooperación entre compañías.
7.Relación entre estrategia y Balanced Scorecard
    7.1.Definiciones de KPI, BSC/CMI, Mapas estratégicos,

UNIDAD DIDÁCTICA: HERRAMIENTAS PARA LA PROYECCIÓN DE LOS RESULTADOS

1.Aproximación a las estrategias de crecimiento y fidelización
2.Estrategias de integración
3.Estrategias de crecimiento externas
4.Estrategias de crecimiento internas
    4.1.Estrategias de continuidad
    4.2.Estrategias de desarrollo de mercado
    4.3.Estrategias basadas en la innovación
    4.4.Estrategias de Marketing one-to-one
    4.5.Estrategias de Diversificación
    4.6. Estrategias de Fidelización
        4.6.1. El mercado actual
        4.6.2. Nueva tipología de clientes
        4.6.3. Conclusiones del mercado
        4.6.4. Metodología CUSTOMERING
        4.6.5. Tendencias en la Fidelización
        4.6.6. Nuevos perfiles
        4.6.7. Tendencias en el Marketing digital
        4.6.8. Tendencias en la fidelización
5.Bibliografía

UNIDAD DIDÁCTICA: DISEÑO Y GESTIÓN DEL NEGOCIO

1.Elaboración del cuadro de mando.
2.Construcción de las perspectivas financieras, de clientes, de procesos internos y de aprendizaje y crecimiento organizacional.
3.El armado diseño del mapa estratégico.
4.Definición de objetivos, indicadores, metas y rangos de control.
5.Desarrollo de iniciativas, proyectos y programas de acción.
6.Desarrollo caso práctico creación de Cuadro de Mando Integral

GESTIONANDO EL BSC CON SIMULACIÓN (SIMULADOR BSC)

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
14 horas	136 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

Adquirir criterio y capacidad de evaluación sobre el desarrollo de negocio y su seguimiento, para el análisis y toma de decisiones.

Adquirir una visión estratégica de la empresa que integre sus diferentes ámbitos funcionales hacia el logro de los objetivos de negocio, en forma eficaz y eficiente y considerando la misión, valores y cultura de la organización.

Ser capaz de comprender y utilizar herramientas de intercomunicación personal y de obtención y tratamiento de información.

Ser capaz de obtener información relevante, analizarla y aplicarla a situaciones empresariales concretas.

Competencias específicas

Analizar los estados contables desde distintas perspectivas y conocer los alcances y las limitaciones de la información suministrada por los mismos.

Usar ratios financieros, patrimoniales y económicos para evaluar la gestión, el análisis y el diagnóstico integral de la empresa.

Interpretar la información económica para poder tomar decisiones en la gestión de conducción de la compañía.

Comprender las claves y los diferentes sistemas para la valoración económica de la empresa en diferentes situaciones de negocio, incluso críticas.

Diseñar cuadros de mando complejos para la gestión de diversos escenarios y estratégias empresariales.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Tiene la capacidad de interpretar la composición de la información económico-financiera.

Utiliza los indicadores los KPI mas habituales en la gestión empresarial e interpreta el significado de sus resultados y sus posibles causas y consecuencias.

Sabe tomar decisiones en el ámbito de la empresa a la vista de la información de gestión disponible.

Interpreta adecuadamente las situaciones mas complejas a resolver en el ámbito de la empresa.

Desarrolla y utiliza los cuadros de mando integrales para la ayuda en la toma de decisión.

SISTEMA DE EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE

La evaluación se hará mediante:

* Examen tipo test (Multiple Choice) a través del Aula Virtual (50%)

* Trabajo grupal (50%)

BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

Básica

Artículo: Structure is not organization. Publicado en la revista Business Horizons. Peters y Waterman.

BUENO CAMPOS, E.: ¿Dirección estratégica de la compañía: metodología, técnicas y casos¿, editorial pirámide.

GARCIA R.: " Formulación estratégica". Editorial Félix Varela.

KAPLAN, R. S. and NORTON, D. P. (1997). El cuadro de mando integral. Barcelona: Gestión 2000.

Mintzberg, h. Y Quinn, j.b. : ¿el proceso estratégico. Conceptos, contextos y casos. editorial prentice hall.

NAVAS LÓPEZ, J.E. y GUERRAS MARTIN, I. A.: "la dirección estratégica de la compañía: teoría y aplicaciones", editorial thomson-civitas.

Originales de los casos empresariales Quetzal y Lumi-Schwat: Profesor Pedro Palencia.

Tom Peters y Robert Waterman (autores del libro: En Busca de La Excelencia)