

Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

M601 - Estrategia Corporativa

Máster Universitario en Dirección de Empresas (MBA)
Obligatoria. Curso 1

Curso Académico 2017-2018

1. DATOS IDENTIFICATIVOS			
Título/s	Máster Universitario en Dirección de Empresas (MBA)	Tipología y Curso	Obligatoria. Curso 1
Centro	Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales		
Módulo / materia	ASIGNATURAS OBLIGATORIAS DIRECCIÓN DE EMPRESAS		
Código y denominación	M601 - Estrategia Corporativa		
Créditos ECTS	2.5	Cuatrimestre	Cuatrimestral
Web			
Idioma de impartición	Español	Forma de impartición	Presencial

Departamento	DPTO. ADMINISTRACION DE EMPRESAS
Profesor responsable	MARIA CONCEPCION LOPEZ FERNANDEZ
E-mail	concepcion.lopez@unican.es
Número despacho	Fac. de Derecho y Fac. de CC Economicas y Empresariales. Planta: + 2. DESPACHO (E216)
Otros profesores	MARTA PEREZ PEREZ

2. CONOCIMIENTOS PREVIOS
Conocimientos básicos de estrategia empresarial

3. COMPETENCIAS GENÉRICAS Y ESPECÍFICAS DEL PLAN DE ESTUDIOS TRABAJADAS	
Competencias Genéricas	Nivel
Capacidad para trabajar en equipo. El alumno deberá saber integrarse y colaborar de forma activa en la consecución de objetivos comunes con otras personas mucho más allá de los logros de carácter individual, pensando de forma global por el bien de la organización a la que pertenece.	1
Iniciativa y espíritu emprendedor. Capacidad consistente en poseer el impulso suficiente para plantear iniciativas y poner en marcha proyectos de carácter empresarial.	1
Competencias Específicas	Nivel
Capacidad para conocer y evaluar las diferentes estrategias de desarrollo empresarial, sus implicaciones con el gobierno y la responsabilidad social de la empresa	1
Competencias Básicas	Nivel
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	1
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	1

3.1 RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- Adquirir conocimientos sobre las opciones a la hora de definir el límite de la empresa así como de las ventajas e inconvenientes tanto de la integración vertical como de las opciones basadas en la cooperación empresarial.
- Adquirir destrezas para la toma de decisiones en ese ámbito. Conocer las opciones de posibles estrategias de desarrollo corporativo y los métodos para implementarlo, siendo capaces de valorar la adecuación de las diferentes alternativas y de adoptar decisiones.
- Conocer el concepto e implicaciones de la responsabilidad social corporativa y ser capaces de orientar las decisiones en este ámbito.
- Conocer la problemática del gobierno de la empresa y las principales variables que lo condicionan.

4. OBJETIVOS

- Conocer, analizar, valorar y decidir, teniendo en cuenta la forma de gobierno de la empresa y su modelo de negocio, los negocios en los que la empresa va a competir (emprendimiento corporativo).
- Conocer, analizar, valorar y decidir cuál va a ser su estrategia de desarrollo.
- Conocer, analizar, valorar y decidir cómo va a implementar su estrategia corporativa: acuerdos y RSC

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 (PL)	
- Horas 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	PL	CL	TU	EV	TG	TA	TU- NP	EV- NP	Semana
1	1.- ¿Qué es y para que sirve la estrategia corporativa (EC)?	2,00	3,00	0,00	0,00	1,00	0,25	6,50	3,00	0,00	0,00	1
2	2.- Desarrollo estratégico de la empresa	2,00	3,00	0,00	0,00	1,00	0,25	6,50	3,00	0,00	0,00	4
3	3.- ¿Cómo implementar la EC?	4,00	6,00	0,00	0,00	1,00	0,50	14,50	5,00	0,00	0,00	2-3
TOTAL DE HORAS		8,00	12,00	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
PL	Horas de prácticas de laboratorio
CL	Horas 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 de teoría	Examen escrito	Sí	Sí	60,00
Calif. mínima	0,00			
Duración	1 hora			
Fecha realización	A determinar por la organización del master			
Condiciones recuperación	Examen escrito durante la realización del Máster			
Observaciones				
Resolución de caso en equipo Tema 1	Otros	No	Sí	5,00
Calif. mínima	0,00			
Duración				
Fecha realización	Durante la impartición de la asignatura			
Condiciones recuperación	Trabajo individual			
Observaciones	El caso se resolverá y discutirá en el aula. Se entrega el material de trabajo. Se valora contenidos del material de trabajo (3%) y participación en la discusión en el aula (2%).			
Resolución de caso individual Tema 2	Otros	No	Sí	5,00
Calif. mínima	0,00			
Duración				
Fecha realización	Durante la impartición de la asignatura			
Condiciones recuperación	Trabajo individual			
Observaciones	El caso se resolverá y discutirá en el aula. Se entrega el material de trabajo. Se valora contenidos del material de trabajo (3%) y participación en la discusión en el aula (2%).			
Trabajo en equipo	Trabajo	No	Sí	30,00
Calif. mínima	0,00			
Duración				
Fecha realización	Durante la asignatura			
Condiciones recuperación	Trabajo individual			
Observaciones	Se presentan los trabajos en el aula. Se valora: contenido y discusión (10%); elementos formales (2,5%) y presentación (2,5%)			
TOTAL				100,00
Observaciones				
Observaciones para alumnos a tiempo parcial				
Los estudiantes cursando el master a tiempo parcial podrán sustituir la realización de las actividades en el aula por la entrega de una serie de trabajos individuales de contenidos y objetivos similares a los trabajados en el aula.				

8. BIBLIOGRAFÍA Y MATERIALES DIDÁCTICOS

BÁSICA

BLEKMAN, T. (2011) Corporate Effectuation. What managers should learn from entrepreneurs. Academic Service. Sdu Publishers bv. The Hague.

CASADESUS-MASANELL, R. & RICART, J.E. (2010). From Strategy to Business Models and onto Tactics. Long Range Planning, 43, 195-215.

FERNANDEZ GAGO, R. (2005). Administración de la responsabilidad social corporativa. Thomson-Paraninfo, Madrid.

GRANT, R.M. (2006). Dirección estratégica. Conceptos, técnicas y aplicaciones. Última edición. Cívitas. Madrid.

NAVAS, J.E. y GUERRAS, L.A. (2006). La Dirección Estratégica de la Empresa. Teoría y Aplicaciones. Civitas: Madrid. Edición 2012.

NEWTN, F. (2012) Business Models and Strategic Management: A New Integration. Business Expert Press. LLC, NY.

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 nodisputados en los que la competencia sea irrelevante. Granica. Barcelona. 2007.

CODURAS, A., GUERRERO, M. y PEÑA, I. (2011) Emprendimiento corporativo en España. GEM España-Fundación Xavier de Salas.

CORBETT, A., COVIN, J.G., O'CONNOR, G.C. & TUCCI, C.L. (2013). Corporate Entrepreneurship: State-of-the-Art Research and a Future Research Agenda. Journal of Product Innovation Management. 30(5), pp. 812-820.

GRANT, R.M. (2005). Cases to accompany contemporary strategy analysis. Fifth edition. Blackwell. Oxford.

HORNSBY, J. & PEÑA-LEGAZKUE, I. & GUERRERO, M. (2013). Guest editorial: the role of corporate entrepreneurship in the current organizational and economic landscape. International Entrepreneurship Management Journal. 9, pp. 295-305.

JONSON, G, SCHOLEK, K. Y WHITTINGTON, R. (2006). Dirección estratégica. 7ª Edición. Prentice Hall, Madrid.

KYURATKO, D.F. & AUDRESTCH, D.B. (2013). Clarifying the domains of corporate Entrepreneurship. International Entrepreneurship Management Journal. 9, pp. 323-335.

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.

PHAN, P. H., WRIGHT, M., UCBASARAN, D., & TAN, W. (2009). Corporate entrepreneurship: Current research and future directions. Journal of Business Venturing, 24(3), pp. 197-205.

SHARMA, P. y CHRISMAN, J.J. (1999) Toward a Reconciliation of the Definitional Issues in the Field of Corporate Entrepreneurship. Entrepreneurship Theory and Practice. Spring, pp. 11-27.

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

- | | |
|---|--|
| <input checked="" type="checkbox"/> Comprensión escrita | <input checked="" type="checkbox"/> Comprensión oral |
| <input type="checkbox"/> Expresión escrita | <input type="checkbox"/> Expresión oral |
| <input type="checkbox"/> Asignatura íntegramente desarrollada en inglés | |

Observaciones