

**FITXA IDENTIFICATIVA****Dades de l'Assignatura**

Codi	40070
Nom	Anàlisi estratègic global
Cicle	Màster
Crèdits ECTS	5.0
Curs acadèmic	2023 - 2024

Titulació/titulacions

Titulació	Centre	Curs	Període
2069 - M.U. Gestió de Negocis Internacionals 09-V.1	Facultat d'Economia	1	Primer quadrimestre

Matèries

Titulació	Matèria	Caràcter
2069 - M.U. Gestió de Negocis Internacionals 09-V.1	3 - Anàlisi estratègic global	Obligatòria

Coordinació

Nom	Departament
SAORIN IBORRA, MARIA DEL CARMEN	105 - Direcció d'Empreses 'Juan José Renau Piqueras'

RESUM

Aquest modul treballa amb la formulació i execució de les estratègies d'empresa. S'enfoca a temes de negocis globals i es planteja com a objectiu conèixer les decisions que prenen les directius per a aconseguir que les seues empreses ocupen llocs destacats en l'entronització global. Utilitzant el mètode del cas i altres metodologies el module ensenya de manera crítica les diverses tasques que resulten necessàries per a analitzar, crear, seleccionar i executar estratègies.

CONEIXEMENTS PREVIS



Relació amb altres assignatures de la mateixa titulació

No heu especificat les restriccions de matrícula amb altres assignatures del pla d'estudis.

Altres tipus de requisits

Els estudiants hauran completat una llicenciatura o grau que li haja dotat de competències en la gestió empresarial

COMPETÈNCIES

2069 - M.U. Gestió de Negocis Internacionals 09-V.1

- Avalua't the nature, behaviour and performance of firms in the global business environment
- Critically appraise the strategic situations of organisations and their competitors
- Assess the resource capability of organisations
- Apply techniques and tools to assess the most appropriate strategies for an organisation in a global context
- Develop knowledge about the effective implementing of strategy and its likely impact on stakeholders
- Critically avalua't the implications of imposing strategic change on an organisation

RESULTATS DE L'APRENTATGE

Avaluar la naturalesa de l'entorn, el comportament de les empreses i la *performance de les empreses en un entorn de negocis global

Avaluar críticament les posicions estratègiques de les organitzacions i dels seus competidors

Valorar les capacitats i recursos de les organitzacions

Aplicar tècniques i eines per a mesurar i avaluar les estratègies més apropiades per a una organització en un context global

Desenvolupar i conèixer els elements clau de la implementació efectiva de l'estratègia i el seu impacte sobre els grups d'interés

Avaluar críticament les implicacions del canvi estratègic d'una organització

DESCRIPCIÓ DE CONTINGUTS

1. Introducció a l'estratègia

**2. Anàlisi estratègica: l'entorn****3. Anàlisi estratègica: capacitat estratègica****4. Expectatives i propòsit estratègic****5. Estratègies competitives****6. Estratègies corporatives****7. Disseny organitzatiu****8. Canvi estratègic****VOLUM DE TREBALL**

ACTIVITAT	Hores	% Presencial
Classes de teoria	50,00	100
Elaboració de treballs en grup	20,00	0
Elaboració de treballs individuals	20,00	0
Estudi i treball autònom	40,00	0
TOTAL	130,00	

METODOLOGIA DOCENT

A l'aula:

Classes magistrals, on es presenten i expliquen qüestions teòriques, models i tècniques

Seminaris, on es discuteixen teories, models i tècniques

Anàlisi de casos d'estudi, sectors i empreses

En general, cada sessió comprendrà d'una classe magistral seguida per la discussió d'un cas d'estudi o article d'investigació. Durant les primeres setmanes es formaran grups entre 4 i 6 persones, per a preparar casos o articles d'investigació per a la seua discussió a l'aula.

- Aprenentatge acte-dirigit:

Estudi del material d'aprenentatge individualment i per grups

Discussió de casos d'estudi i/o articles d'investigació individualment i per grups

Tutories individuals



Discussió de treballs i investigació

Discussió de qüestions específiques de l'estudiant

- Presentacions per grups

Es presentaran a l'aula anàlisi de casos d'estudi i/o revisions crítiques d'articles d'investigació

AVALUACIÓ

Proves d'avaluació escrites i/o orals, que constaran de qüestions teòriques, pràctiques, o resolució de problemes (20% primera prova examen de *preguntas curtes sobre conceptes inicials i tècniques; 40% examen final amb materials sobre un cas que englobe el mòdul). La superació de l'examen final és condició necessària per a superar el mòdul.

Participació a l'aula en les activitats de discussió i resolució de casos o exercicis, demostrant la implicació de l'estudiant. Presentació oral i/o escrita d'activitats pràctiques com a casos d'estudi, exercicis o qüestions, desenvolupades de manera individual i/o en equip. (40%)

REFERÈNCIES

Bàsiques

- Johnson, G.; Whittington, R.; Scholes, K.; Angwing, D. & Regner, P. (2017). Exploring strategy. Text & cases, 11th. Edition, Prentice Hall, Essex.
- Grant, R.M. (2016). Contemporary Strategy Analysis, 7th. Edition, John Wiley & Sons.
- Barney, J. (2014): Gaining and Sustaining competitive advantage, 4th edition, Prentice Hall.

Complementàries

- Demirbag, M., Glaister, K. W., & Sengupta, A. (2020). Which regions matter for MNEs? The role of regional and firm level differences. Journal of World Business, 55(1), 101026.

Duhaime, I.M, Hitt, M.A. & Lyles, M.A. (2021). Strategic Management. State of the field and its future. Oxford University Press.

Hambrick, D. C., & Fredrickson, J. W. (2005). Are you sure you have a strategy?. Academy of Management Perspectives, 19(4), 51-62.

Jacobides, M. G., Cennamo, C., & Gawer, A. (2018). Towards a theory of ecosystems. Strategic Management Journal, 39(8), 2255-2276.

Lash, J. & Willington, F. (2007). Competitive advantage on a warming planet. Harvard Business Review, March, 2-10.

McGahan, A.M. (2011) How Industries Evolve. In De Wit & Meyer, 2011. Ch.10

Porter, M. E. (1979). How competitive forces shape strategy, Harvard Business Review. 57, 137-145.



Porter, M. E. (2008). The five competitive forces that shape strategy. *Harvard Business Review*, 86(1), 25-40.

Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2011). The Big Idea: Creating Shared Value. How to reinvent capitalism and unleash a wave of innovation and growth. *Harvard Business Review*, 89(1-2).

Verbeke, A., & Asmussen, C. G. (2016). Global, local, or regional? The locus of MNE strategies. *Journal of Management Studies*, 53(6), 1051-1075.

