

**FICHA IDENTIFICATIVA****Datos de la Asignatura**

Código	43726
Nombre	Estrategias de empresas internacionales
Ciclo	Máster
Créditos ECTS	6.0
Curso académico	2018 - 2019

Titulación(es)

Titulación	Centro	Curso	Periodo
2166 - M.U. en Internac.Económ.: Gest. Comerc.Intern13-V.1	Facultad de Economía	1	Primer cuatrimestre

Materias

Titulación	Materia	Caracter
2166 - M.U. en Internac.Económ.: Gest. Comerc.Intern13-V.1	1 - Estrategia de la empresa	Obligatoria

Coordinación

Nombre	Departamento
PALLARDO LOPEZ, VICENTE JUAN	132 - Estructura Económica

RESUMEN

El objetivo general de la asignatura consiste en introducir y familiarizar al alumno con los conocimientos necesarios para definir las opciones estratégicas a utilizar por la empresa en el marco de la Dirección Estratégica y en el actual entorno socio-económico, en el que la turbulencia y la globalización se han convertido en rasgos característicos. Además, el alumno debe comprender los conceptos que están en la base de esta materia objeto de estudio, así como las decisiones relativas a dichas opciones en la realidad empresarial actual.

CONOCIMIENTOS PREVIOS



Relación con otras asignaturas de la misma titulación

No se han especificado restricciones de matrícula con otras asignaturas del plan de estudios.

Otros tipos de requisitos

COMPETENCIAS

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Al finalizar el curso, el alumno deberá ser capaz de:

- Comprender la empresa como una realidad sistémica e inherentemente compleja.
- Reconocer la complejidad, el dinamismo y el carácter global del entorno empresarial actual, y comprender la complejidad de la gestión empresarial.
- Comprender el concepto de estrategia empresarial, tanto en su acepción de proceso como en su acepción de resultado.
- Reconocer y comprender los diferentes niveles de la estrategia empresarial.
- Reconocer e identificar las diferentes opciones estratégicas disponibles para la empresa actual.
- Valorar las ventajas e inconvenientes asociados a cada opción estratégica, así como a las diferentes combinaciones posibles de opciones estratégicas.
- Buscar, aprehender, analizar y sintetizar sistemáticamente la información procedente de diferentes fuentes.

DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS

1. Tema 1. Diseño de la Estrategia Empresarial

1. Dirección Estratégica y Estrategia de Empresa
2. Marco para el diseño de Estrategias.
3. Evaluación de la estrategia,

2. Tema 2. Estrategias supervivencia.

1. Concepto de crisis.
2. Tipos, grado e indicadores de crisis.
3. Estrategias de supervivencia y de abandono.
4. El proceso de reflotamiento.

**3. Tema 3. Especialización vs. Diversificación Estratégica**

1. Especialización vs. Diversificación
2. La estrategia de especialización
3. La estrategia de diversificación

4. Tema 4. Internacionalización

1. Decisión sobre el ámbito geográfico de actuación
2. La estrategia de internacionalización
3. Modalidades y proceso de internacionalización
4. Tipos de estrategias internacionales

5. Tema 5. Modalidades de Desarrollo Estratégico

1. Decisión sobre la modalidad de desarrollo
2. Fusiones y adquisiciones
3. Alianzas estratégicas

6. Tema 6. Estrategias Competitivas

1. Argumento competitivo y ventaja competitiva
2. Las estrategias competitivas genéricas
3. El modelo del Reloj de la Estrategia

VOLUMEN DE TRABAJO

ACTIVIDAD	Horas	% Presencial
Clases de teoría	40,00	100
Trabajos en grupo	10,00	100
Tutorías regladas	6,00	100
Otras actividades	4,00	100
TOTAL	60,00	

METODOLOGÍA DOCENTE

El desarrollo de esta asignatura es semestral, impartida en una sesión semanal. En la primera parte de la sesión (50% del tiempo), el profesor/a desarrollará los principales conceptos teóricos recogidos en el programa analítico que se detalla en esta guía docente mediante el modelo de lección magistral. Además, en las sesiones teóricas se utilizará el modelo participativo, fomentando y valorando la participación del alumno, que previamente habrá debido preparar los contenidos de cada una de las sesiones a partir de las referencias bibliográficas recomendadas. En la segunda parte de la sesión, se incentivará el modelo investigador, de manera que el alumno analizará, preparará, desarrollará y presentará, en los términos y



fechas que el profesor indique, los ejercicios y casos prácticos propuestos.

EVALUACIÓN

En el sistema de evaluación de esta asignatura se considerarán dos partes. Una primera parte, cuya valoración global será del 60% de la calificación final de la asignatura, que se realizará por medio de un examen escrito sobre los contenidos teóricos y prácticos del programa. Deberá superarse la calificación de 5 sobre 10 en esta prueba escrita para que pueda adicionarse el resto de la calificación obtenida en la evaluación continua.

Una segunda parte, cuya valoración final será del 40% de la calificación final, y que estará determinada por la evaluación continua de la participación y el trabajo durante las sesiones del curso.

REFERENCIAS

Básicas

- Bibliografía básica:
Johnson, G. et al.: Dirección Estratégica, 7ª Edición, Prentice Hall, Madrid. Versiones posteriores a la 4ª en inglés.
Navas, J. E. y Guerras, L. A. (2002 y posteriores): La Dirección estratégica de la Empresa, Teoría y Aplicaciones, Civitas, Madrid.

Complementarias

- Bibliografía complementaria:
Al desarrollar los diferentes temas del programa se facilitarán las referencias complementarias y específicas según los diferentes contenidos.