

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

Codi	44472
Nom	Formulació d'estratègies
Cicle	Màster
Crèdits ECTS	4.5
Curs acadèmic	2023 - 2024

Titulació/titulacions

Titulació	Centre	Curs	Període
2212 - M.U. Direcció d' Empreses. MBA 15-V.2	Facultat d'Economia	1	Primer quadrimestre

Matèries

Titulació	Matèria	Caràcter
2212 - M.U. Direcció d' Empreses. MBA 15-V.2	1 - Management	Obligatòria

Coordinació

Nom	Departament
OLMOS PEÑUELA, JULIA	105 - Direcció d'Empreses 'Juan José Renau Piqueras'

RESUM

L'assignatura Formulació d'estratègies pertany a la matèria de Management, que pretén aportar a l'estudiant els coneixements necessaris sobre el funcionament intern de les organitzacions empresarials i els processos de presa de decisions amb els plantejaments actuals de la direcció d'empresa i un enfocament global, integrador i estratègic. Amb aquest sistema de direcció, els directors de les empreses tracten de fixar el rumb i el desenvolupament d'aquestes buscant l'equilibri entre el desenvolupament i la supervivència a llarg termini i la rendibilitat i la consecució d'objectius a curt termini.

Per aplicar aquest sistema de direcció en la pràctica professional l'estudiant ha de començar assimilant el procés de formulació d'estratègies empresarials que és el nucli principal d'aquesta assignatura i a continuació comprendre els factors i els elements que poden facilitar o entorpir la posada en pràctica d'aquestes estratègies, que serà objecte d'estudi de l'assignatura Implementació d'estratègies.



L'objectiu general de l'assignatura és donar a conèixer als estudiants els fonaments i les eines de la direcció estratègica en el camp de la formulació d'estratègies amb la suficient profunditat perquè siguin capaços d'aplicar-les en la pràctica empresarial.

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 que no provenien de titulacions relacionades amb l'empresa o amb la direcció d'empreses o que tinguen una experiència professional sense relació amb aquests camps han de cursar uns complements de formació per arribar als resultats d'aprenentatge. En el cas d'aquesta assignatura els complements de formació corresponen al camp de la direcció d'empresa.

Aquests complements consistiran en un treball autònom de l'estudiant que, si és necessari, serà guiat en tutories reglades pel professorat de l'assignatura.

COMPETÈNCIES

2212 - M.U. Direcció d' Empreses. MBA 15-V.2

- Que els estudiants sàpiguen aplicar els coneixements adquirits i la seua capacitat de resolució de problemes en entorns nous o poc coneguts dins de contextos més amplis (o multidisciplinaris) relacionats amb la seua àrea d'estudi.
- Que els estudiants siguin capaços d'integrar coneixements i afrontar la complexitat de formular judicis a partir d'una informació que, sent incompleta o limitada, incloga reflexions sobre les responsabilitats socials i ètiques vinculades a l'aplicació dels seus coneixements i judicis.
- Que els estudiants sàpiguen comunicar les conclusions (i els coneixements i les raons últimes que les sustenten) a públics especialitzats i no especialitzats d'una manera clara i sense ambigüitats.
- Que els estudiants posseïsquen les habilitats d'aprenentatge que els permeten continuar estudiant d'una forma que haurà de ser en gran manera autodirigida o autònoma.
- Posseir i comprendre coneixements que aportin una base o oportunitat de ser originals en el desenvolupament i / o aplicació d'idees, sovint en un context de recerca.
- Conèixer i identificar els principis d'actuació i plans directors de Responsabilitat Social de l'Empresa que permeten implantar estratègies orientades a millorar la confiança en l'empresa, les relacions amb el seu entorn, la seua imatge, la seua legitimitat i el seu prestigi social.



- Preparar, redactar i exposar en públic informes i projectes de caràcter empresarial de manera clara i coherent, defensar-los amb rigor i tolerància i respondre satisfactòriament a les crítiques sobre els mateixos.
- Buscar, seleccionar i valorar informació emanada dels diferents agents de l'entorn, a través de mètodes tradicionals i de les tecnologies de la informació i de la comunicació per a utilitzar-la de forma efectiva davant de problemes i situacions relacionades amb l'activitat empresarial.
- Analitzar, sintetitzar i valorar informació, de forma rigorosa i crítica, amb capacitat per a identificar asuncions, avaluar evidències, detectar lògiques o raonaments falsos, identificar valors implícits, i generalitzar de manera apropiada sobre problemes i situacions relacionades amb el món empresarial.
- Actuar en la presa de decisions de l'empresa en el marc dels Drets Humans, els principis democràtics, els principis d'igualtat entre dones i homes, de solidaritat, de protecció mediambiental, d'accessibilitat universal i disseny per a tots, i de foment de la cultura de la pau.
- Potenciar l'habilitat de treballar en equip i col·laborar i organitzar les activitats del grup amb eficàcia i eficiència tant en l'àmbit de la direcció general com en les altres àrees funcionals de l'empresa.
- Prendre decisions tant individuals com col·lectives en la seua labor professional com a directiu de l'empresa.
- Auditar o formular els valors d'una organització i, en conseqüència, determinar la missió i visió d'una organització.
- Valorar el sentit i la intensitat dels possibles impactes sobre l'activitat d'una empresa i els seus resultats futurs del canvi en els factors de l'entorn.
- Integrar l'empresa en el seu entorn socioeconòmic i competitiu en funció de les amenaces i oportunitats del mateix.
- Analitzar i valorar les àrees funcionals de l'empresa amb l'objectiu d'obtenir un coneixement de les seues fortaleses i debilitats actuals i potencials com a suport a la presa de decisions.
- Integrar les distintes àrees funcionals de l'empresa (màrqueting, financera, recursos humans, operacions) de manera sinèrgica.
- Avaluar el marc econòmic, tecnològic, legal, fiscal, i sociocultural en el qual s'exercix l'activitat d'una empresa.
- Definir justificadament els objectius d'una empresa.
- Formular l'estratègia corporativa d'una empresa determinada, així com les estratègies competitives i funcionals que d'ella es deriven.
- Desenvolupar la creativitat que junt amb el coneixement i el rigor permetia avaluar les estratègies competitives
- Desenvolupar esperit emprenedor i habilitats relacionades amb la gestió del canvi i de la innovació, a fi d'estimular la multifuncionalitat, la diversitat i la introducció de novetats en les organitzacions."



- Estructurar les estratègies corporativa i competitiva de l'empresa, integrades amb les funcionals, amb els principis i mètodes dels principals sistemes de gestió.

RESULTATS DE L'APRENTATGE

L'estudiant adquireix la capacitat d'orientar el rumb de les empreses cercant l'equilibri entre el desenvolupament i la supervivència a llarg termini, i la rendibilitat i la consecució d'objectius a curt termini.

Els estudiants adquireixen coneixements i habilitats bàsics per a participar activament en labors d'organització, gestió i direcció empresarial. Concretament:

- Coneixen els fonaments i eines de la Direcció Estratègica, amb la suficient profunditat per a aplicar-les en la pràctica empresarial.
- Comprenen de forma suficient i equilibrada les funcions bàsiques del Management, més enllà de la pròpia Direcció Estratègica.
- Realitzen diagnòstics estratègics a nivell empresarial.

A més dels resultats d'aprenentatge vinculats amb el contingut i les destreses, el mòdul es planteja altres resultats de caràcter social. Suportant-se en el desenvolupament i presentació de casos, exercicis, ludificació i discussions en l'aula, treball individual i treball en grup, es pretén que els alumnes milloren o desenvolupen diferents habilitats d'índole social que els seran útils en assumir llocs directius. Destaquem les següents habilitats socials:

- Habilitats crítiques i reflexives mitjançant la lectura, preparació i discussió dels diferents casos i exercicis proposats; així com a través de l'estudi de situacions reals d'empreses.
- Habilitat per a debatre amb altres persones i arribar a conclusions sobre l'anàlisi d'un determinat fenomen o situació, intern o extern a una organització.
- Habilitats per a la cerca i maneig d'informació, en diferents fonts, aprofitant les possibilitats d'internet i les Tecnologies de la Informació i la Comunicació (TIC).
- Habilitats de comunicació, tant oral com a escrita, tractant de millorar l'exposició de les postures personals, habituant-se a argumentar amb justificacions racionals, amb especial èmfasi en la presentació de treballs i informes.
- Habilitats socials i interpersonals necessàries per al desenvolupament del treball en equip i la coordinació en general.
- Voluntat d'assumir objectius que suposen un desafiament.
- Comportaments proactius i un nivell alt de tolerància al canvi i a la incertesa

DESCRIPCIÓ DE CONTINGUTS



1. EL PROCÉS ESTRATÈGIC

Introducció al procés estratègic

Propòsit estratègic

Anàlisi estratègica

DAFO i CAME

2. L'ESTRATÈGIA

L'estratègia: concepte i nivells

El diamant de l'estratègia: arenes, diferenciadors, vehicles, etapes i lògica econòmica.

3. ESTRATÈGIES CORPORATIVES: ARENES I VEHICLES

Arenes. Camp d'activitat. Model d'Abell

Direcció del desenvolupament: Especialització versus diversificació.

Diversificació: tipus, models de direcció i matrius de cartera

Vehicles. Mètodes de desenvolupament.

Creixement intern, extern i híbrid.

4. ESTRATÈGIA COMPETITIVA EN LA UNITAT DE NEGOCI: DIFERENCIADORS

Estratègies genèriques: lideratge en costos, diferenciació i enfocament

El model del rellotge estratègic

Estratègies segons el cicle de vida de la indústria

5. MODELS DE NEGOCI

Introducció als models de negoci

Alguns patrons de negoci

**VOLUM DE TREBALL**

ACTIVITAT	Hores	% Presencial
Classes de teoria	27,00	100
Tutories reglades	18,00	100
Assistència a esdeveniments i activitats externes	8,00	0
Elaboració de treballs en grup	12,00	0
Estudi i treball autònom	19,00	0
Lectures de material complementari	3,00	0
Preparació d'activitats d'avaluació	18,50	0
Preparació de classes de teoria	3,00	0
Resolució de casos pràctics	4,00	0
TOTAL	112,50	

METODOLOGIA DOCENT

La gran majoria de sessions tindran caràcter teoricopràctic.

Les sessions tindran una part expositiva, ajustant-se a un model en el qual es fomenta la participació de l'estudiant (classe magistral participativa) que es completa amb el desenvolupament d'activitats que permetran aplicar els coneixements teòrics, aclarir els dubtes i aprofundir en aquells aspectes desenvolupats prèviament. Per a aquestes últimes, la metodologia serà diversa: discussió d'articles o lectures, anàlisis i resolució de casos pràctics, debats, treball en equip, cerca i anàlisi d'informació, elaboració de treballs i informes executius i exposicions orals. Amb això es pretén que les sessions pràctiques contribuïsquen a desenvolupar les actituds i habilitats que l'assignatura busca potenciar per a optimitzar la preparació dels alumnes de cara a l'exercici professional.

Atés que el curs implica una gran interacció entre els estudiants, així com entre estudiants i professors, s'entén que l'assistència a classe és fonamental per al seguiment i superació del mòdul. A més, els estudiants han d'assistir a classe havent preparat adequadament les lectures o altres materials subministrats amb antelació per el/la professor/a i que es requereixen per al seu ús en les sessions.

AVALUACIÓ

El sistema d'avaluació d'aquesta assignatura consta de:

1. Prova objectiva (examen finalista escrit): 40% de la nota final
2. Avaluació contínua recuperable. Treball monogràfic (comú amb les assignatures d'implementació i màrqueting i logística) i treballs o pràctiques (individuals o grupals; dins de l'aula): 50% de la nota final.



3. Avaluació contínua no recuperable. Exposicions orals i participació activa en classe: 10% de la nota final.

La qualificació final serà la resultant de la suma ponderada de la nota obtinguda en l'examen (prova objectiva) i l'avaluació contínua, sempre que es tinga un 4/10 en l'examen.

En relació amb l'examen finalista, es realitzarà en la convocatòria oficial establida per a això. En el cas de no superar-lo en primera convocatòria, l'estudiant podrà presentar-se a una segona convocatòria.

En el cas de suspendre l'avaluació contínua recuperable, aquesta serà recuperable en segona convocatòria a través d'una prova addicional.

Els estudiants que per motius degudament justificats no puguin assistir a alguna sessió de l'assignatura i/o no puguin entregar les tasques previstes, hauran de posar-se en contacte, abans d'aquesta sessió, amb el professor/a amb la finalitat d'establir un programa de treball alternatiu.

El plagi està severament penalitzat. L'evidència de còpia per part de l'estudiantat de qualsevol treball individual o col·lectiu implicarà el suspens automàtic de l'assignatura.

REFERÈNCIES

Bàsiques

- Guerras, L. A.; Navas, J. E. (2022): La Dirección Estratégica de la empresa. Teoría y aplicaciones. Thomson-Reuters Civitas, 6ª Edición, Madrid. [5ª Edición en Biblioteca UV: Disponible online - Library UV: Available online].
- Johnson, G; Scholes, K; Whittington, R. (2006): Dirección Estratégica. Pearson, 7ª Edición.

Complementàries

- Grant, R. M. (2014). Dirección estratégica. Madrid: Civitas.
- Iborra, M.; Dasí, A.; Dolz, C.; Ferrer, C. (2014): Fundamentos de Dirección de Empresas. Conceptos y habilidades directivas. Paraninfo, Madrid.
- Victoria, J. V. (2008). Análisis estratégico de la empresa. Editorial Paraninfo.
- Los profesores podrán recomendar referencias complementarias durante el curso / Els professors podran recomanar referències complementàries durant el curs / Professors can recommend other references during the course