FITXA IDENTIFICATIVA

Dades de l'Assignatura

Codi	46783
Nom	Anàlisi estratègic global
Cicle	Màster
Crèdits ECTS	5.0
Curs acadèmic	2024 - 2025

Titulació/titulacions

Titulació	Centre	Curs	Període
2268 - Máster Universitari en Gestió de Negocis Internacionals (IMBA)	Facultat d'Economia	1	Primer quadrimestre

Matèries

Titulació	Matèria	Caràcter
2268 - Máster Universitari en Gestió de Negocis Internacionals (IMBA)	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 conéixer les decisions que prenen les directius per a aconseguir que les seues empreses ocupen llocs destacats en l'entronitze 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 (RD 1393/2007) // RESULTATS DE L'APRENENTATGE (RD 822/2021)

RESULTATS D'APRENENTATGE (RD 1393/2007) // SENSE CONTINGUT (RD 822/2021)

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 conéixer 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
Pràctiques en aula	20,00	100
Classes de teoria	15,00	100
Tutories reglades	10,00	100
Elaboració de treballs en grup	20,00	0
Elaboració de treballs individuals	20,00	0
Estudi i treball autònom	40,00	0
TOTAL	**125,00**	

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 *pregunas 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

capitalismand 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.