

Estratègia Corporativa

UGRA_003386

Departament	Departament de Direcció General i Estratègia
Idiomes d'impartició	Anglès, castellà i català
ECTS	4
Professor/a responsable	Vernis Domènech, Alfred Ignasi - alfred.vernis@esade.edu Parada Balderrama, María José - mariajose.parada@esade.edu

Objectius de l'assignatura Aquesta assignatura ha estat dissenyada per ajudar l'estudiant a assolir els objectius següents:

- Desenvolupar una visió holística de la direcció estratègica
- Comprendre millor les conseqüències de seleccionar i implementar diferents estratègies de creixement.
- Saber identificar, analitzar i gestionar millor els principals *stakeholders* de les organitzacions.
- Comprendre les qüestions principals que planteja la implementació de l'estratègia i la seva execució.

Prerequisits Estratègia Competitiva

Descripció

Contribució de l'assignatura al programa Aquesta assignatura proporciona una àmplia perspectiva de l'organització, el seu entorn i els seus principals *stakeholders*. Integra totes les àrees de la gestió que els estudiants han après al llarg dels estudis.

Descripció breu

L'estratègia corporativa tracta principalment de les decisions d'assignació de recursos, de la definició de l'abast i l'amplitud, i de la gestió dels *stakeholders*.

L'assignatura se centra bàsicament en temes relacionats amb el creixement. Amplia i aprofundeix els coneixements dels estudiants sobre les diverses opcions de creixement, com l'expansió internacional, la diversificació (horitzontal o vertical) del negoci i diferents estratègies de creixement. Aprofundeix en les fusions i adquisicions, les aliances estratègiques i les opcions de creixement orgànic.

Els estudiants també hi analitzaran diversos contextos estratègics, com les empreses cotitzades, els negocis familiars i les organitzacions sense finalitat de lucre. L'assignatura també proporciona una anàlisi més aprofundida de la governança i dels reptes que planteja l'execució de l'estratègia.

Bibliografia

- Collis, D.; Montgomery, C. (2005): *Corporate Strategy*. 2a ed. McGraw-Hill Education (llibre)
- Johnson, G.; Scholes, R.; Whittington, R. (2019): *Exploring Strategy*. 12a ed. Pearson (llibre)
- Puranam, P.; Vanneste, B. (2016): "Corporate Advantage". A: *Corporate Strategy: Tools for Analysis and Decision-Making*. Cap. 1. Cambridge University Press (capítol de llibre)
- Sull, D.; Turconi, S.; Sull, C.; Yoder, D. (2018): "Four Logics of Corporate Strategy". *MIT Sloan Management Review* (article)

Activitats

Discussions i debats a classe
Discussions interactives

Presentacions de grup
Preparació i discussió de casos en grup

Lectures
Lectures obligatòries

Presentacions
Presentacions de lectures

Interacció amb els professionals visitants
Fòrums amb ponents convidats

Contingut

#	Tema
1	El marc de la direcció estratègica, centrat en l'estratègia corporativa
2	Expansió internacional i gestió global
3	Diversificació, fusions i adquisicions, aliances
4	Contextualització de les expectatives dels <i>stakeholders</i>
5	Implementació de l'estratègia

Avaluació

Eina	Sistema d'avaluació	Categoria	%
Projecte de grup	Assignacions de grup	Convocatòria ordinària i de recuperació	50,00%
Participació en les activitats del programa	Participació individual	Convocatòria ordinària i de recuperació	20,00%
Exàmens escrits i/o orals	Examen final	Convocatòria ordinària i de recuperació	30,00%

PROGRAMES

BBA20-Grau en Direcció d'Empreses (BBA) (Gaus: Direcció d'Empreses)
BBA20 3r curs (obligatòria)

BBE20-Grau en Direcció d'Empreses (BBA) (Gaus: Direcció d'Empreses)
BBE20 3r curs (obligatòria)

GBD20-Doble Grau en Direcció d'Empreses i Dret (Gaus: Dret)
GBD20 4t curs (obligatòria)