

Estrategia Corporativa

UGRA_003386

Departamento	Departamento de Dirección General y Estrategia
Idiomas de impartición	Castellano, catalán e inglés
ECTS	4
Profesorado responsable	Mendoza Mayordomo, Francisco Javier - xavier.mendoza@esade.edu

Objetivos de la asignatura El objetivo general de la asignatura es mejorar las competencias de los estudiantes en el diseño y la implementación de la estrategia corporativa.

A final de curso, los alumnos deberán:

- Haber desarrollado una visión integradora sobre cómo gestionar estratégicamente una gran empresa diversificada, eso es, comprender su complejidad y el papel de la empresa en la creación de una ventaja corporativa.
- Comprender el impacto de los distintos tipos de modelos de propiedad y gobierno corporativo en la configuración de la estrategia corporativa.
- Entender las implicaciones estratégicas de seleccionar y aplicar distintas estrategias de diversificación (horizontal, vertical y geográfica), empleando distintos modos de desarrollo corporativo e integrando la innovación y la sostenibilidad a nivel corporativo.
- Conocer y saber aplicar los marcos y los instrumentos analíticos más relevantes de apoyo a la alta dirección en el diseño y la implementación de estrategias corporativas, habiendo mejorado sus competencias analíticas y de toma de decisiones en ese contexto. Ello incluye la capacidad de evaluar la estrategia corporativa de una gran empresa diversificada y de formular recomendaciones al equipo de alta dirección.

Prerrequisitos

La asignatura se basa en los contenidos de Estrategia Competitiva

Metodología docente

Esta asignatura se ha diseñado para facilitar el aprendizaje activo a nivel individual y de grupo y ayudar a integrar efectivamente los conocimientos adquiridos en las diferentes asignaturas cursadas anteriormente en las diversas áreas funcionales, así como en Estrategia Competitiva.

Descripción

Contribución de la asignatura al programa

Esta asignatura proporciona una perspectiva holística sobre la complejidad y los retos de gestionar estratégicamente grandes empresas diversificadas, con frecuencia muy internacionalizadas. Integra todas las áreas de la gestión que los estudiantes han abordado en sus estudios previos a la asignatura.

Breve descripción

La asignatura se centra en las estrategias corporativas de las empresas diversificadas, analizando temas en torno a las estrategias de diversificación, el alcance geográfico, horizontal y vertical de la empresa y las decisiones de desarrollo corporativo.

Mientras que Estrategia Empresarial se centra en cómo gestionar las unidades de negocio a nivel individual para obtener una ventaja competitiva, Estrategia Corporativa trata de la gestión estratégica de las empresas multinegocio para crecer y lograr ventajas adicionales en el grupo o a nivel corporativo.

Bibliografía

Parada, P.; Planellas, M. (2007): "What is Corporate Strategy?" *Harvard Deusto Business Review* (artículo)

Puranam, P.; Vanneste, B. (2016): *Corporate Strategy: Tools for analysis and decision-making*. Cambridge University Press (libro)

Sull, D.; Turconi, S.; Sull, C.; Yoder, D. (2018): "Four Logics of Corporate Strategy". *MIT Sloan Management Review* (artículo)

Actividades

Presentaciones de grupo

Presentación de grupo y discusión sobre las lecturas obligatorias

Conectar con la realidad (C2R). Presentación de grupo y discusión sobre las recientes noticias de la empresa relacionadas con el tema de la asignatura

Lecturas

Lecturas y vídeos obligatorios para cada una de las sesiones

Presentaciones

El enfoque de las presentaciones del profesorado es interactivo y se centran en debatir sobre el uso práctico y las limitaciones de las teorías y los marcos analíticos más relevantes en el diseño de las estrategias corporativas.

Trabajos

Análisis de documentales (actividad opcional). Se invita a los estudiantes a ver documentales específicos y a entregar breves redacciones con sus comentarios y reflexiones al respecto.

Interacción con profesionales invitados

En dos sesiones, un alto directivo presentará su experiencia empresarial relacionada con los temas de la sesión.

Desarrollo y presentación de un proyecto

Los estudiantes trabajarán en grupos para evaluar la estrategia corporativa de una empresa específica y dar recomendaciones a su CEO y al consejo de administración.

Análisis de casos

Análisis y discusión de casos, incluyendo ejercicios en clase.

Contenido

#	Tema
1	Introducción a la estrategia corporativa y a la gobernanza de la empresa
2	Diversificación y alcance de la empresa multinegocio
3	Modos de desarrollo corporativo: desarrollo interno, fusiones y adquisiciones y alianzas
4	Gestión de la empresa multinegocio: el rol del centro corporativo en la creación de ventaja de grupo
5	Presentación en grupo de los proyectos de empresa: parte 1 y parte 2

Evaluación

Herramienta	Sistema de evaluación	Categoría	%
Proyecto de grupo	Tareas de grupo	Convocatoria ordinaria y extraordinaria	45,00%
Participación en las actividades del programa	Asistencia y participación individual en clase	Convocatoria ordinaria y extraordinaria	20,00%
Exámenes orales y/o escritos	Examen final	Convocatoria ordinaria y extraordinaria	35,00%

PROGRAMAS

BBA20-Grado en Dirección de Empresas (BBA) (Grados: Dirección de Empresas)
BBA20 3.º curso (obligatoria)

BBA23-Grado en Dirección de Empresas (BBA) (Grados: Dirección de Empresas)
BBA23 3.º curso (obligatoria)

DBAI21-Doble Grado en Dirección de Empresas & *Artificial Intelligence for Business* (Grados: Dirección de Empresas)
DBAI21 4.º curso (obligatoria)

DBAI23-Doble Grado en Dirección de Empresas & *Artificial Intelligence for Business* (Grados: Dirección de Empresas)
DBAI23 4.º curso (obligatoria)

GBD20-Doble Grado en Dirección de Empresas y Derecho (Grados: Derecho)
GBD20 4.º curso (obligatoria)