

Análisis Estratégico de una Empresa

UGRA_014753

Departamento	Departamento de Economía, Finanzas y Contabilidad
Idiomas de impartición	Inglés y castellano
ECTS	2
Profesorado responsable	Mena López, Francisco Javier - fxavier.mena@esade.edu

Objetivos de la asignatura

El objetivo de la asignatura es desarrollar un marco esencial ("mapa de ruta") para el análisis en profundidad de una empresa, en especial desde un enfoque multifacético.

Los alumnos trabajarán en grupos y prepararán su "Análisis estratégico de una empresa".

Conocimientos previos

Introducción a la empresa.

Prerrequisitos

Ninguno.

Metodología docente

- Ejercicios (en clase) y participación activa (individual)
- Ejercicios en casa (individual)
- Presentaciones en clase ("Análisis estratégico de una empresa") (PPT) (trabajo en equipo)
- Prueba final (de respuesta múltiple) (individual)
- Trabajo final ("Análisis estratégico de una empresa") (Word, 10 páginas) (individual)

Descripción

Contribución de la asignatura al programa

Análisis estratégico de la empresa.

Breve descripción

El enfoque del análisis de la empresa se basará en:

1. La historia de la empresa (fundación, evolución, valores, misión, objetivos y alcance, proyectos, accionista, *stakeholders*, dirección, empleados (recursos humanos), algunas cifras, indicadores del negocio y estadísticas (productos/servicios, ventas, EBITDA, beneficios...), etc.
2. El “mapa del valor añadido” (clientes, proveedores, competidores, complementarios, reguladores, alianzas estratégicas...).
3. El “análisis PEST”. Evaluación de los factores externos que podrían afectar la empresa. El objetivo principal del “análisis PEST” es comprender qué fuerzas externas pueden afectar la empresa y de qué modo estos factores pueden generar oportunidades o amenazas para el negocio. Los factores del entorno pueden ser geopolíticos, normas legales, económicos, financieros, sociales, culturales, demográficos, tecnológicos, medioambientales, relacionados con el cambio climático...).
4. La visión de la empresa (DAFO) (debilidades, amenazas, fortalezas, oportunidades). Los retos. El análisis DAFO tiene en cuenta tanto los factores internos como los externos. La clave para realizar un análisis DAFO efectivo es distinguir claramente entre la situación en que se halla la empresa en la actualidad y dónde le gustará estar en el futuro.

Objetivos de aprendizaje del programa

BBA20-Grado en Dirección de Empresas (BBA)

- Mentalidad y perspectiva global
- Habilidades de dirección general
- Liderazgo responsable
- Pensamiento crítico y analítico
- Creatividad e innovación
- Habilidades de comunicación
- Pensamiento sistémico
- Trabajo en equipo
- Dominio tecnológico
- Comprensión y apreciación de la diversidad
- Autodesarrollo
- Competencias relacionales

Actividades

Ejercicios analíticos

Junto con la presentación, los alumnos completarán un EJERCICIO centrado en los puntos más relevantes del “Análisis estratégico de una empresa” presentado.

Ejercicio a realizar en casa

Pruebas/tests

Una PRUEBA FINAL (de respuesta múltiple) resumirá el “Análisis estratégico de una empresa” presentado a lo largo del curso.

Presentaciones de grupo

Los equipos presentarán su "Análisis estratégico de una empresa" a la clase. Los demás grupos han de manifestar de antemano sus expectativas al respecto (¿Qué quieren saber?).

Sesiones abiertas en clase con participación activa y compromiso.

Ensayos

Todos los alumnos deberán preparar un EJERCICIO FINAL ("Análisis Estratégico de una Empresa") individual.

Contenido

#	Tema
1	Historia de la empresa: origen. Fundación. Valores. Misión. Objetivos y alcance. Proyectos. Accionistas. <i>Stakeholders</i> . Dirección, empleados (recursos humanos). Algunas cifras, indicadores del negocio y estadísticas (productos/servicios, ventas, EBITDA, beneficios...).
2	Mapa del valor añadido: a) Participantes (actores o responsables de la toma de decisiones) (clientes, proveedores, competidores, complementarios). Reguladores. b) Estructura del mercado. Interacción estratégica. Estrategias dominantes. Fusiones y adquisiciones. Alianzas. Movimientos estratégicos. La ventaja del <i>first mover</i> . Compromisos. Tácticas (a corto plazo). c) Disuasión de entrada. Barreras de entrada. Economías de escala. Relación a largo plazo. Patentes y licencias. Acceso a insumos críticos. Fidelidad a una marca. Diferenciación de producto. Precios abusivos y guerras de precios. Aceleración de I+D.
3	Análisis PEST: a) Geopolítico. b) Normas legales. Legislación antimonopolio. c) Económico y financiero. d) Sociocultural y demográfico. e) Tecnológico. f) Medioambiental y relacionado con el cambio climático.
4	Análisis DAFO: a) Fortalezas: Las características internas que pueden considerarse favorables para la empresa. b) Debilidades: Las características internas que pueden considerarse desfavorables para la empresa. c) Oportunidades: Las características externas que la organización puede utilizar a favor suyo. d) Amenazas: Las características externas que pueden ser posibles causas de fracaso para la empresa. e) ... y los retos * * * Las 5 fuerzas de Porter son también una herramienta excelente para determinar dónde reside el poder. Si entiendes bien dónde reside el poder, puedes aprovechar los puntos fuertes de la empresa. También puedes mejorar sus puntos débiles. Las 5 distintas fuerzas que afectan la competencia en los negocios son: • El poder del comprador: el poder del cliente hace bajar los precios. • El poder del proveedor: la habilidad del vendedor de incrementar los precios de tus insumos. • La rivalidad competitiva: la fuerza de la competencia. • La amenaza de la sustitución: el grado en que pueden utilizarse diferentes productos y servicios como alternativa a tu oferta. • La amenaza de una nueva entrada: la facilidad en que pueden introducirse en el mercado nuevos competidores.

Evaluación

Herramienta	Sistema de evaluación	Categoría	%
Proyecto de grupo	Presentación en clase ("Análisis estratégico de una empresa") (PPT) (trabajo en equipo)	Convocatoria ordinaria y extraordinaria	20,00%
Análisis del informe de aprendizaje	Ejercicios (en clase) y participación activa	Convocatoria ordinaria y extraordinaria	20,00%

Herramienta	Sistema de evaluación (individual).	Categoría	%
Pruebas/tests	Prueba final (respuesta múltiple) (individual)	Convocatoria ordinaria y extraordinaria	20,00%
Proyecto final individual	Trabajo final ("Análisis estratégico de una empresa") (individual)	Convocatoria ordinaria y extraordinaria	20,00%
Análisis y discusión de los temas en clase	Trabajo en casa	Convocatoria ordinaria y extraordinaria	20,00%

PROGRAMAS

B13-Programa de intercambio del Grado en Dirección de Empresas (BBA) (Grados: Dirección de Empresas)
B13 1.º curso (optativa)

B13S- Programa de intercambio del Grado en Dirección de Empresas (BBA) (Grados: Dirección de Empresas)
B13S 1.º curso (optativa)

BBA20-Grado en Dirección de Empresas (BBA) (Grados: Dirección de Empresas)
BBA20 3.º curso (optativa)
BBA20 4.º curso (optativa)
BBA20 2.º curso (optativa)

BBA23-Grado en Dirección de Empresas (BBA) (Grados: Dirección de Empresas)
BBA23 4.º curso (optativa)
BBA23 2.º curso (optativa)
BBA23 3.º curso (optativa)

BBA25-Grado en Dirección de Empresas (BBA) (Grados: Dirección de Empresas)
BBA25 3.º curso (optativa)
BBA25 2.º curso (optativa)

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

GBD20-Doble Grado en Dirección de Empresas y Derecho (Grados: Derecho)
GBD20 4.º curso (optativa)
GBD20 5.º curso (optativa)