

**FICHA IDENTIFICATIVA****DATOS DE LA ASIGNATURA**

Código: 36155
Nombre: Estrategias Empresariales
Ciclo: Grado
Créditos ECTS: 6
Curso académico: 2026-27

TITULACIONES

Titulación	Centro	Curso	Periodo
1316 - Grado en Economía	Facultat d'Economia	4	Segundo cuatrimestre

MATERIAS

Titulación	Materia	Carácter
1316 - Grado en Economía	Mención en Economía Industrial y de la Empresa	OPTATIVA

COORDINACIÓN

IBORRA JUAN MARIA

RESUMEN

La asignatura Estrategias Empresariales se enmarca en la Dirección Estratégica, centrándose en el desarrollo de la fase de Diseño y Selección de Estrategias mediante el estudio de las opciones estratégicas disponibles para las empresas y en su selección en función del contexto. Se centra en el desarrollo y aplicación de modelos avanzados de análisis, diseño y evaluación de estrategias en el nivel competitivo y corporativo. Por un lado, en los potenciales modelos de negocio y estrategias en el nivel competitivo. Por otro lado, en el nivel corporativo mediante el análisis de las estrategias de supervivencia y crecimiento: diversificación, internacionalización, alianzas estratégicas y fusiones y adquisiciones.

y fusiones y adquisiciones.

CONOCIMIENTOS PREVIOS**RELACIÓN CON OTRAS ASIGNATURAS DE LA MISMA TITULACIÓN**

No se han especificado restricciones de matrícula con otras asignaturas del plan de estudios.

OTROS TIPOS DE REQUISITOS

Se recomienda haber cursado y superado previamente la asignatura de Dirección Estratégica



COMPETENCIAS / RESULTADOS DE APRENDIZAJE

1316 - Grado en Economía

Capacidad de aprendizaje autónomo.

Capacidad de comunicación oral y escrita en lengua nativa.

Capacidad de manejar las tecnologías de la información.

Capacidad de pensamiento crítico.

Capacidad de trabajo en equipo (incluyendo trabajo interdisciplinar).

Capacidad para la búsqueda y análisis de información.

Capacidad para la toma de decisiones aplicando los conocimientos a la práctica.

Compromiso ético y responsabilidad social en el trabajo, respetando el medio ambiente, los derechos humanos y promoviendo la igualdad entre hombres y mujeres y la cultura de la paz.

Conocer el análisis y diseño de las decisiones estratégicas de la empresa y sus consecuencias.

Saber analizar e interpretar la información económico financiera de las empresas.

Ser capaz de elaborar y defender un informe económico.

Ser capaz de utilizar el inglés en el ámbito profesional.

DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS

1. Tema 1 - Introducción a la Estrategia

2. Tema 2 - Estrategia Corporativa. Definición de las Arenas y etapas. Diversificación

3. Tema 3 - Estrategia Corporativa. Definición de las Arenas y etapas. Internacionalización

**4. Tema 4 -Estrategia Corporativa. Definición de los Vehículos.****5. Tema 5 - Estrategia Corporativa. Supervivencia y Reestructuración****6. Tema 6 - Estrategia Competitiva o de negocio. Definición de los diferenciadores y de la lógica económica****VOLUMEN DE TRABAJO (HORAS)****ACTIVIDADES PRESENCIALES**

Actividad	Horas
Teoría	30,00
Prácticas en aula	30,00
Total horas	60,00

ACTIVIDADES NO PRESENCIALES

Actividad	Horas
Asistencia a otras actividades	5,00
Elaboración de trabajos individuales o en grupo	40,00
Estudio y trabajo autónomo	20,00
Preparación de clases	20,00
Preparación de actividades de evaluación	0,00
Resolución de casos prácticos	5,00
Total horas	90,00

METODOLOGÍA DOCENTE

Con la finalidad de conseguir los objetivos propuestos, el proceso de enseñanza-aprendizaje de la materia Estrategias Empresariales se apoyará en los métodos de clase magistral participativa, trabajo auto-guiado a partir de diversos materiales, estudio de casos y elaboración de informes y estudios monográficos. Con estas metodologías se busca desarrollar las competencias genéricas y específicas establecidas.

Clases teóricas: Combinarán (1) la actualidad de las cuestiones tratadas a través del análisis y debate de noticias relacionadas con las opciones estratégicas de las empresas, (2) con la lectura y análisis crítico de artículos académicos que extienden algún aspecto de los temas abordados y permiten profundizar en alguna de las cuestiones clave relacionadas con la materia y (3) con la clase magistral participativa en la que el profesor, en cada sesión, aportará una visión general del tema, y expondrá y reforzará los aspectos clave y los conceptos más complejos.



Clases prácticas: Su objetivo es la aplicación práctica de los conceptos y técnicas introducidos en la teoría, a través de la resolución de casos mediante trabajos en equipo. La resolución de casos permite introducirse en las problemáticas de las estrategias empresariales reflejando la complejidad y la incertidumbre de la realidad empresarial y las decisiones estratégicas. Además, las sesiones prácticas ayudan a desarrollar la capacidad para trabajar en grupo, las habilidades de comunicación interpersonal y la capacidad de organización y planificación del trabajo. Además, en las clases prácticas se orienta y guía el trabajo monográfico final de carácter individual.

nta y guía el trabajo monográfico final de carácter individual.I.

EVALUACIÓN

La asignatura se evaluará a partir de la consideración de los siguientes aspectos:

Teoría El contenido teórico de la materia incluirá todos los conocimientos impartidos en las clases teóricas y los recogidos en la bibliografía obligatoria y materiales complementarios que el profesor defina para cada tema. La teoría de la asignatura se podrá evaluar por dos procedimientos:

- A través de un examen final escrito de toda la asignatura a partir del material del curso, tanto de teoría como de las sesiones prácticas y de los casos estudiados.
- A través de la participación en las clases teóricas, mediante el liderazgo en la presentación de noticias de actualidad, la participación en los debates y la superación de los ejercicios que se planteen durante las sesiones de teoría.
- La nota obtenida por cualquier de estos dos procedimientos supondrá el 100% de la calificación de la parte teórica de la asignatura. En ambos casos, es necesario alcanzar una nota superior a 5 (sobre 10) para aprobar la asignatura.

Prácticas

- La parte práctica de la materia será calificada en base a la evaluación continua de la participación y seguimiento de las clases prácticas, de la presentación formal de los casos y de los informes de casos que el profesor asigne, sean individualmente o en grupo y por la realización de un trabajo monográfico dirigido.
- La asistencia a las clases prácticas será obligatoria en cumplimiento del artículo 6.9 del *Reglamento de evaluación y calificación* de la UV. El alumno ha de asistir a un mínimo del 85% de las horas programadas, debiendo justificar adecuadamente la imposibilidad de asistir a las sesiones en que se ausente por razones de fuerza mayor en los 15 días posteriores a la ausencia.
- Las actividades prácticas no son recuperables en examen en primera convocatoria, en tanto que tratan de desarrollar y evaluar las capacidades que necesitan de la presencia y trabajo continuos del alumno durante un cuatrimestre.

Evaluación global de la asignatura



La nota final de la asignatura será la media aritmética ponderada de las calificaciones obtenidas en los diferentes criterios de evaluación:

- Nota final de la parte teórica: 40%
- Nota final de la evaluación continua de clases prácticas: 40%
- Nota del trabajo académicamente dirigido: 20%

En segunda convocatoria el alumno podrá superar la asignatura si obtiene una nota final igual o superior a 5 en un examen final que incluirá todo el contenido teórico y práctico.

ior a 5 en un examen final que incluirá todo el contenido teórico y práctico.

BIBLIOGRAFÍA

Al desarrollar los diferentes temas del programa se facilitarán las referencias complementarias y específicas según los diferentes contenidos.

- Guerras y Navas, E. (2022): Dirección Estratégica de la empresa. https://trobes.uv.es/permalink/34CVA_UV/um6gse/alma991009612190806258
- Johnson, Whittington, Scholes, Angwin & Regner (2017): Exploring strategy. https://trobes.uv.es/permalink/34CVA_UV/1093lvi/cdi_proquest_ebookcentralchapters_6399832_11_29 .
- Johnson, Whittington, Scholes (2014) Dirección estratégica. https://trobes.uv.es/permalink/34CVA_UV/1093lvi/cdi_elibro_books_ELB45341
- Barney, J.B. & Hesterley, W.S. (2019). Strategic Management and Competitive Advantage: Concepts. Pearson.