



FITXA IDENTIFICATIVA

DADES DE L'ASSIGNATURA

Codi: 40070

Nom: Anàlisi estratègic global

Cicle: Màster Universitari Oficial

Crèdits ECTS: 5

Curs acadèmic: 2025-26

TITULACIONS

Titulació	Centre	Curs	Període
2069 - M.U.Gest.Neg.Int.	Facultat d'Economia	1	Primer quadrimestre

MATÈRIES

Titulació	Matèria	Caràcter
2069 - M.U.Gest.Neg.Int.	Anàlisi estratègic global	OBLIGATÒRIA

COORDINACIÓ

SAORIN IBORRA MARIA DEL CARMEN

RESUM

Aquest mòdul treballa amb la formulació i execució de les estratègies d'empresa. S'enfoca a temes de negocis globals i es planteja com a objectiu conèixer les decisions que prenen les directius per aconseguir que les seues empreses ocupen llocs destacats en l'entronització global. Utilitzant el mètode del cas i altres metodologies el mòdul ensenya de manera crítica les diverses tasques que resulten necessàries per analitzar, crear, seleccionar i executar estratègies.

CONEIXEMENTS PREVIS

RELACIÓ AMB ALTRES ASSIGNATURES DE LA MATEIXA TITULACIÓ

No s'ha especificat 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 / RESULTATS D' APRENENTATGE



-

Apply techniques and tools to assess the most appropriate strategies for an organisation in a global context

Assess the resource capability of organisations

Avalua't the nature, behaviour and performance of firms in the global business environment

Critically appraise the strategic situations of organisations and their competitors

Critically avalua't the implications of imposing strategic change on an organisation

Develop knowledge about the effective implementing of strategy and its likely impact on stakeholders

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 (HORES)

ACTIVITATS PRESENCIALS

Activitat	Hores
Tutories	10,00
Teoria	15,00
Pràctiques a l'aula	20,00
Total hores	45,00

ACTIVITATS NO PRESENCIALS

Activitat	Hores
Assistència a altres activitats	0,00
Elaboració de treballs individuals o en grup	40,00
Estudi i treball autònom	40,00
Preparació de classes	0,00
Preparació d'activitats d'avaluació	0,00
Resolució de casos pràctics	0,00
Total hores	80,00

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 *preguntes 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%)

BIBLIOGRAFIA

- Johnson, G.; Whittington, R.; Scholes, K.; Angwing, D. & Regner, P. (2017). Exploring strategy. Text & cases, 11th. Edition, Prentice Hall, Essex.
- 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 capitalism and 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.
- Grant, R.M. (2016). Contemporary Strategy Analysis, 7th. Edition, John Wiley & Sons.
- Barney, J. (2014): Gaining and Sustaining competitive advantage, 4th edition, Prentice Hall.