

**FITXA IDENTIFICATIVA****DADES DE L'ASSIGNATURA****Codi:** 44472**Nom:** Formulació d'estratègies**Cicle:** Màster Universitari Oficial**Crèdits ECTS:** 4,5**Curs acadèmic:** 2026-27**TITULACIONS**

Titulació	Centre	Curs	Període
2212 - Màster Universitari en Direcció d'Empreses. MBA	Facultat d'Economia	1	Primer quadrimestre

MATÈRIES

Titulació	Matèria	Caràcter
2212 - Màster Universitari en Direcció d'Empreses. MBA	Management	OBLIGATÒRIA

COORDINACIÓ

OLMOS PEÑUELA JULIA

RESUM

L'assignatura Formulació d'estratègies pertany a la matèria de Management, que pretén aportar a l'estudiant els coneixements necessaris sobre el funcionament intern de les organitzacions empresarials i els processos de presa de decisions amb els plantejaments actuals de la direcció d'empresa i un enfocament global, integrador i estratègic. Amb aquest sistema de direcció, els directors de les empreses tracten de fixar el rumb i el desenvolupament d'aquestes buscant l'equilibri entre el desenvolupament i la supervivència a llarg termini i la rendibilitat i la consecució d'objectius a curt termini.

Per aplicar aquest sistema de direcció en la pràctica professional l'estudiant ha de començar assimilant el procés de formulació d'estratègies empresarials que és el nucli principal d'aquesta assignatura i a continuació comprendre els factors i els elements que poden facilitar o entorpir la posada en pràctica d'aquestes estratègies, que serà objecte d'estudi de l'assignatura Implementació d'estratègies.

L'objectiu general de l'assignatura és donar a conèixer als estudiants els fonaments i les eines de la direcció estratègica en el camp de la formulació d'estratègies amb la suficient profunditat perquè siguin capaços d'aplicar-les en la pràctica empresarial.



CONEXEMENTS 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 que no vinguen de titulacions relacionades amb l'empresa o amb la direcció d'empreses o que tinguen una experiència professional sense relació amb aquests camps han de cursar uns complements de formació per arribar als resultats d'aprenentatge. En el cas d'aquesta assignatura els complements de formació corresponen al camp de la direcció d'empresa.

Aquests complements consistiran en un treball autònom de l'estudiant que, si és necessari, serà guiat en tutories reglades pel professorat de

COMPETÈNCIES / RESULTATS D' APRENTATGE

2212 - Màster Universitari en Direcció d' Empreses. MBA

Actuar en la presa de decisions de l'empresa en el marc dels Drets Humans, els principis democràtics, els principis d'igualtat entre dones i hòmens, de solidaritat, de protecció mediambiental, d'accessibilitat universal i disseny per a tots, i de foment de la cultura de la pau.

Analitzar, sintetitzar i valorar informació, de forma rigorosa i crítica, amb capacitat per a identificar asuncions, avaluar evidències, detectar lògiques o raonaments falsos, identificar valors implícits, i generalitzar de manera apropiada sobre problemes i situacions relacionades amb el món empresarial.

Analitzar i valorar les àrees funcionals de l'empresa amb l'objectiu d'obtenir un coneixement de les seues fortaleces i debilitats actuals i potencials com a suport a la presa de decisions.

Auditar o formular els valors d'una organització i, en conseqüència, determinar la missió i visió d'una organització.

Avaluar el marc econòmic, tecnològic, legal, fiscal, i sociocultural en el qual s'exercix l'activitat d'una empresa.

Buscar, seleccionar i valorar informació emanada dels distints agents de l'entorn, a través de mètodes tradicionals i de les tecnologies de la informació i de la comunicació per a utilitzar-la de forma efectiva davant de problemes i situacions relacionades amb l'activitat empresarial.

Conèixer i identificar els principis d'actuació i plans directores de Responsabilitat Social de l'Empresa que permeten implantar estratègies orientades a millorar la confiança en l'empresa, les relacions amb el seu entorn, la seua imatge, la seua legitimitat i el seu prestigi social.

Definir justificadament els objectius d'una empresa.

Desenrotllar esperit emprenedor i habilitats relacionades amb la gestió del canvi i de la innovació, a fi d'estimular la multifuncionalitat, la diversitat i la introducció de novetats en les organitzacions."



Desenvolupar la creativitat que junt amb el coneixement i el rigor permeta avaluar les estratègies competitives

Estructurar les estratègies corporativa i competitiva de l'empresa, integrades amb les funcionals, amb els principis i mètodes dels principals sistemes de gestió.

Formular l'estratègia corporativa d'una empresa determinada, així com les estratègies competitives i funcionals que d'ella es deriven.

Integrar l'empresa en el seu entorn socioeconòmic i competitiu en funció de les amenaces i oportunitats del mateix.

Integrar les distintes àrees funcionals de l'empresa (màrqueting, financera, recursos humans, operacions) de manera sinèrgica.

Posseir i comprendre coneixements que aportin una base o oportunitat de ser originals en el desenvolupament i / o aplicació d'idees, sovint en un context de recerca.

Potenciar l'habilitat de treballar en equip i col·laborar i organitzar les activitats del grup amb eficàcia i eficiència tant en l'àmbit de la direcció general com en les altres àrees funcionals de l'empresa.

Prendre decisions tant individuals com col·lectives en la seua labor professional com a directiu de l'empresa.

Preparar, redactar i exposar en públic informes i projectes de caràcter empresarial de manera clara i coherent, defensar-los amb rigor i tolerància i respondre satisfactòriament a les crítiques sobre els mateixos.

Que els estudiants posseïsquen les habilitats d'aprenentatge que els permeten continuar estudiant d'una forma que haurà de ser en gran manera autodirigida o autònoma.

Que els estudiants sàpiguen aplicar els coneixements adquirits i la seua capacitat de resolució de problemes en entorns nous o poc coneguts dins de contextos més amplis (o multidisciplinaris) relacionats amb la seua àrea d'estudi.

Que els estudiants sàpiguen comunicar les conclusions (i els coneixements i les raons últimes que les sustenten) a públics especialitzats i no especialitzats d'una manera clara i sense ambigüitats.

Que els estudiants siguin capaços d'integrar coneixements i afrontar la complexitat de formular judicis a partir d'una informació que, sent incompleta o limitada, incloga reflexions sobre les responsabilitats socials i ètiques vinculades a l'aplicació dels seus coneixements i judicis.

Valorar el sentit i la intensitat dels possibles impactes sobre l'activitat d'una empresa i els seus resultats futurs del canvi en els factors de l'entorn.

DESCRIPCIÓ DE CONTINGUTS



1. EL PROCÉS ESTRATÈGIC I L'ESTRATÈGIA

Introducció al procés estratègic

Anàlisi estratègica

DAFO i CAME

L'estratègia: concepte i nivells

2. ESTRATÈGIES CORPORATIVES

Direccions de desenvolupament: Especialització versus diversificació

Diversificació: tipus i matriu de cartera

Mètodes de desenvolupament: intern, extern i híbrid.

3. ESTRATÈGIES COMPETITIVES

Arguments competitius

Estratègies genèriques

Model del rellotge estratègic

4. ESTRATÈGIES SEGONS EL CICLE DE VIDA DE LA INDÚSTRIA

Cicle de vida de la indústria

Característiques i opcions estratègiques



5. MODELS DE NEGOCI

Introducció als models de negoci

Alguns patrons de negoci

VOLUM DE TREBALL (HORES)

ACTIVITATS PRESENCIALS

Activitat	Hores
Tutories	18,00
Teoria	27,00
Total hores	45,00

ACTIVITATS NO PRESENCIALS

Activitat	Hores
Assistència a altres activitats	0,00
Elaboració de treballs individuals o en grup	15,00
Estudi i treball autònom	22,00
Preparació de classes	8,00
Preparació d'activitats d'avaluació	18,50
Resolució de casos pràctics	4,00
Total hores	67,50

METODOLOGIA DOCENT

La gran majoria de sessions tindran caràcter teòrico-pràctic.

Les sessions tindran una part expositiva, ajustant-se a un model en el qual es fomenta la participació de l'estudiant (classe magistral participativa) que es completa amb el desenvolupament d'activitats que permetran aplicar els coneixements teòrics, aclarir els dubtes i aprofundir en aquells aspectes desenvolupats prèviament. Per a aquestes últimes, la metodologia serà diversa: discussió d'articles o lectures, anàlisi i resolució de casos pràctics, debats, treball en equip, cerca i anàlisi d'informació, elaboració de treballs i informes executius i exposicions orals. Amb això es pretén que les sessions pràctiques contribuïsquen a desenvolupar les actituds i habilitats que l'assignatura busca potenciar per a optimitzar la preparació dels alumnes de cara a l'exercici professional.

Atés que el curs implica una gran interacció entre l'estudiantat, així com entre l'estudiantat i el professorat, s'entén que l'assistència a classe és fonamental per al seguiment i superació del mòdul. A més, l'estudiantat ha d'assistir a classe havent preparat adequadament les lectures o altres materials subministrats amb antelació pel professorat i que es requereixen per al seu ús en les sessions.



AVALUACIÓ

El sistema d'avaluació d'aquesta assignatura consta de:

1. Prova de síntesi (examen finalista escrit): 50% de la nota final
2. Avaluació contínua recuperable. Treball monogràfic (comú amb les assignatures d'implementació i màrqueting i logística) i treballs o pràctiques (individuals o grupals; dins o fora de l'aula): 40% de la nota final.
3. Avaluació contínua no recuperable. Exposicions orals i participació activa en classe: 10% de la nota final.

La qualificació final serà la resultant de la suma ponderada de la nota obtinguda en l'examen (prova de síntesi) i l'avaluació contínua, sempre que es tinga un 5/10 en l'examen.

En relació amb l'examen finalista, es realitzarà en la convocatòria oficial establida per a això. En el cas de no superar-lo en primera convocatòria, l'estudiant podrà presentar-se a una segona convocatòria.

En el cas de suspendre l'avaluació contínua recuperable, aquesta serà recuperable en segona convocatòria a través d'una prova addicional.

Els estudiants que per motius degudament justificats no puguem assistir a alguna sessió de l'assignatura i/o no puguem entregar les tasques previstes, hauran de posar-se en contacte, abans d'aquesta sessió, amb el professorat amb la finalitat d'establir un programa de treball alternatiu.

El plagi està severament penalitzat. L'evidència de còpia per part de l'estudiantat de qualsevol treball individual o col·lectiu implicarà el suspens automàtic de l'assignatura. L'ús de la intel·ligència artificial, i qualsevol altre tipus d'eina similar, estarà permès per a ser aplicada, tant al treball a l'aula com l'autònom, sempre que l'estudiant incorpore a aquestes tasques una declaració d'ús responsable, indicant, en cada cas, com s'ha utilitzat, la font i les parts del treball afectades.

BIBLIOGRAFIA



- Guerras, L. A.; Navas, J. E. (2022): La Dirección Estratégica de la empresa. Teoría y aplicaciones. Thomson-Reuters Civitas, 6ª Edición, Madrid. [5ª Edición en Biblioteca UV: Disponible online - Library UV: Available online].
- Grant, R. M. (2014). Dirección estratégica. Madrid: Civitas.
- Johnson, G; Scholes, K; Whittington, R. (2006): Dirección Estratégica. Pearson, 7ª Edición.
- Iborra, M.; Dasí, A.; Dolz, C.; Ferrer, C. (2014): Fundamentos de Dirección de Empresas. Conceptos y habilidades directivas. Paraninfo, Madrid.
- El professorat podrà recomanar referències complementàries durant el curs.