

<p style="text-align: center;">Definición de la Materia.</p> <p style="text-align: center;">Materia 3.1: Gestión estratégica.</p>	<p style="text-align: center;">Créditos ECTS</p> <p style="text-align: center;">6 ECTS (150 HORAS)</p> <p style="text-align: center;">OBLIGATORIA</p>
<p>Duración y ubicación temporal dentro del plan de estudios</p> <p>Los contenidos que componen esta materia se imparten a lo largo del primer semestre de la titulación.</p>	
<p>Competencias.</p> <p><u>COMPETENCIAS BÁSICAS</u></p> <p>C.B. 7 Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.</p> <p>C.B. 10 Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.</p> <p><u>COMPETENCIAS GENERALES</u></p> <p>C.G. 1 El alumnado estará capacitado para entender el contexto empresarial global y sus implicaciones para la gestión de las organizaciones.</p> <p>C.G. 4 El alumnado conocerá las variables fundamentales requeridas para la gestión de empresas que operan en un entorno global y ser capaz de tomar las decisiones oportunas en distintos niveles de la actividad empresarial.</p> <p>C.G. 5 El alumnado estará capacitado para entender las variables socioeconómicas principales de distintas zonas geográficas y la influencia de estas a la hora de enfocar actividades empresariales.</p> <p><u>COMPETENCIAS TRASVERSALES</u></p> <p>C.TR. 2. Comunicación efectiva</p> <p>C.TR. 3 Resolución de problemas</p> <p>C.TR. 4 Toma de decisiones</p> <p>C.TR. 6 Aprender a aprender</p> <p><u>COMPETENCIAS ESPECÍFICAS</u></p> <p>C.E. 3.1.1. Formular y desplegar la estrategia y el modelo de gestión de una organización global.</p>	
<p>Requerimientos previos.</p> <p>No se establecen.</p>	
<p>Resumen de contenidos.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Herramientas y conceptos para el desarrollo de estrategias globales. • Estrategias propicias para negocios globales. 	

- Definición de un posicionamiento global.
 - Modelos de gestión para organizaciones internacionales
 - Formas organizativas transnacionales.

Actividades formativas:

- Presentaciones en el aula de teoría y conceptos asociados a la materia por parte del profesorado. (3 ECTS)
- Trabajos grupales orientados a la resolución de problemas. (2 ECTS)
- Lectura de artículos científicos y libros. (1 ECTS)

Sistema de evaluación.

Todas las materias se evaluarán mediante el sistema de evaluación continua a través de la cual se proporciona una información constante, tanto a los / de los profesores como a los / de los estudiantes del proceso de aprendizaje a lo largo del periodo académico.

- Las acciones formativas dirigidas a la adquisición de competencias prácticas de las asignaturas se evaluarán a través de la realización de diferentes actividades (trabajos en grupo, casos, problemáticas reales, etc.) correspondiendo como máximo al 80% de la nota final.
- Las actividades formativas de presentación de conocimientos y estudio individual se podrán evaluar con pruebas orales y/o escritas que corresponden como mínimo al 20% de la nota final.

Los detalles de evaluación y calificación se harán explícitos en la planificación docente anual de las materias en función de los docentes responsables y de los conocimientos de cada módulo / curso.

Bibliografía.

- COLLIS, D. J. y MONTGOMERY, C. A. (1998): *“Creating Corporate Advantage”*, Harvard Business Review, 76(3):71–83.
- COLLIS, D. J. y MONTGOMERY, C. A. (2004): *“Corporate Strategy: A Resource-Based Approach”*. New York: McGraw-Hill/Irwin. 2ª edición
- ETHIRAJ, S., y LEVINTHAL, D. (2004): *“Bounded Rationality and the Search for Organizational Architecture: An Evolutionary Perspective on the Design of Organizations and Their Evolvability”*. Administrative Science Quarterly, 49(3): 404.
- FOSS, N. J. (2003): *“Selective Intervention and Internal Hybrids: Interpreting and Learning from the Rise and Decline of the Oticon Spaghetti Organization”*. Organization Science: A Journal of the Institute of Management Sciences,, 14(3): 331.
- GALUNIC, D. C., y EISENHARDT, K. M. (1996): *“The Evolution of Intracorporate Domains: Divisional Charter Losses in High-Technology”*. Multidivisional Corporations Organization Science, 7(3): 255-283.
- GHEMAWAT, P (2007): *“Redefining Global Strategy: Crossing Borders in A World Where Differences Still Matter”*. Harvard Business Press
- GROSS, Manuel (2010): *“El Modelo Delta y Otras Estrategias Empresariales”*. Encontrado en: <http://manuelgross.bligoo.com/content/view/742332/EI-Modelo-Delta-y-otras-estrategias-empresariales.html>
- GULATI, R., y PURANAM, P. (2009): *“Renewal through Reorganization: The Value of Inconsistencies between Formal and Informal Organization”*. Organization Science., 20(2): 422-440.
- HAX, Arnoldo C (2009): *“The Delta Model: Reinventing Your Business Strategy”*. New York: Springer
- HAX, Arnoldo C. y Nicolas S. MAJLUF (1996). *“The Strategy Concept and Process”*. New York: Prentice-Hall. 2ª edición.
- JACOBIDE M. G. (2007): *“The Inherent Limits of Organizational Structure and the Unfulfilled Role of Hierarchy: LESSONS from a Near-War”*. Organization Science,, 18(3): 455-477.

- JOHN, R. y GILLIES, G. L. (2002): "*Global Marketing Strategy*". Thomson.
- KIM, W. C. y Renée MAUBORGNE (2005): "*Blue Ocean Strategy: How to Create Uncontested Market Space and Make The Competition Irrelevant*". Boston: Harvard Business School Press
- KLUYVER, C (2010): "*Fundamentals of Global Strategy: A Business Model Approach*". Business Expert Press
- MATTHEWS, John A. (2002): "*Dragon Multinational : A New Model for Global Growth: A New Model for Global Growth*". Oxford University Press
- MATHUR, U.C.(2011): "*Global Business Strategies: Text and Cases*". I. K. International Pvt Ltd
- MINTZBERG, Henry (1994): "*The Rise and Fall of Strategic Planning*". New York: Free Press.
- MILLS, Albert J.; HELMS MILLS, Jean C., BRATTON, John y Forshaw, Carolyn (2006): "*Organizational Behaviour in a Global Context*". University of Toronto Press
- NADLER, David A., GERSTEIN, Marc S.; SHAW, Robert B. (1992): "*Organizational Architecture: Designs for Changing Organizations*". Jossey-Bass, San Francisco.
- PORTER, M.E. y KRAMER, M.R. (2006): "*Strategy and Society: The Link Between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility*". Harvard Business Review, December 2006, pp. 78–92.
- PORTER, M.E. (1987): "*From Competitive Advantage to Corporate Strategy*", Harvard Business Review, May/June 1987, pp 43–59
- PORTER, M.E. (2008): "*The Five Competitive Forces That Shape Strategy*". Harvard Business Review, January 2008, pp. 79–93.
- RUMMELT, R, (2011): "*Good Strategy/Bad Strategy: The Difference and Why it Matters*". Crown Business.
- SPULBER, D F. (2007): "*Global Competitive Strategy*". Cambridge University Press, Nueva York.
- STACEY, Ralph D. (1992): "*Managing the unknowable: Strategic Boundaries Between Order and Chaos in Organizations*". Jossey-Bass Ed. San Francisco.
- STONEHOUSE, G; CAMPBELL, D; HAMILL, J y PURDIE, T (2007). "Global and Transnational Business: Strategy and Management". Ed Wiley
- THOMAS, Howard (1984): "*Mapping Strategic Management Research*". Journal of General Management; Summer84, Vol. 9 Issue 4, p55
- THOMPSON, ARTHUR Jr., and. STRICKLAND III, A. J (2003): "*Strategic Management: Concepts and Cases*". Mcgraw-Hill. 13ª Edición
- TUSHMAN, Michael L. (Contributor), et. al. (1997): "*Competing by Design: The Power of Organizational Architecture*". Oxford University Press (Trade), July 1997.
- VAILL, Pete B.(1996): "*Learning as a Way of Being: Strategies for Survival in a World of Permanent White Water*". Jossey-Bass, San Francisco