

1. DATOS BÁSICOS

Asignatura	Estrategia Empresarial
Titulación	Grado en Relaciones Laborales y Recursos Humanos
Escuela/ Facultad	Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación
Curso	3º
ECTS	6
Carácter	Obligatoria
Idioma/s	Español
Modalidad	A distancia
Semestre	S5
Curso académico	2024-2025
Docente coordinador	
Docente	Antonio Robles García

2. PRESENTACIÓN

En El complejo y cambiante panorama global de hoy exige que las organizaciones no solo reaccionen, sino que anticipen y lideren el cambio. En este contexto, el arte y la ciencia de la estrategia empresarial se vuelven fundamentales. Las empresas ya no pueden depender únicamente de modelos y prácticas antiguos; necesitan herramientas y enfoques adaptativos que se alineen con las demandas del presente y las posibilidades del futuro.

La asignatura de **Estrategia Empresarial** ha sido diseñada para sumergir a los estudiantes en los fundamentos y aplicaciones avanzadas de la planificación estratégica y la toma de decisiones. A través de este curso, los estudiantes explorarán cómo las organizaciones pueden generar valor, no solo para sus accionistas, sino también para la sociedad en general, abordando de manera proactiva las oportunidades y desafíos que presenta el entorno económico.

Desde una profunda introducción a los conceptos clave de la estrategia empresarial, pasando por las distintas líneas y modelos de innovación y llegando a la esencia de la protección legal de las innovaciones, esta asignatura brinda una perspectiva integral y actualizada de la estrategia en el ámbito corporativo. Además, el énfasis en la innovación en el contexto de la Unión Europea proporcionará a los estudiantes una comprensión valiosa de cómo operar y competir en uno de los mercados más importantes del mundo.

Te invitamos a sumergirte en este viaje académico, donde el análisis profundo, la reflexión crítica y la aplicación práctica se unen para formar futuros líderes y estrategias empresariales capaces de guiar a sus organizaciones hacia un éxito sostenible. Esta guía docente será tu compañera a lo largo de este viaje, ofreciendo una visión clara de los contenidos y objetivos de aprendizaje.

3. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

En la tabla inferior se muestra la relación entre las competencias que se desarrollan en la asignatura y los resultados de aprendizaje que se persiguen:

Competencias básicas:

CB1: Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio.

CB3: Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.

Competencias transversales:

CT1: Creatividad. Capacidad para crear ideas nuevas, llegar a conclusiones o resolver problemas de una forma original. Requiere del conocimiento, curiosidad, imaginación y evaluación de alternativas. El nivel más fundamental de la creatividad se manifiesta como el descubrimiento y el más alto como la innovación.

CT4: Liderazgo influyente. Capacidad para influir en otros, para poder dirigir o guiarles hacia unos objetivos concretos en momentos de cambios constantes derivados por entornos volátiles, inciertos, complejos y ambiguos (VUCA) del mundo actual. Los líderes influyentes son referentes y son capaces de lograr un alto desempeño y los mejores resultados. Sus comportamientos generosos, éticos, empáticos y de un alto índice de inteligencia emocional les permiten ejercer como modelos a seguir, logrando un alto desempeño y motivación en sus equipos.

CT6: Análisis crítico. Capacidad para integrar el análisis con el pensamiento crítico en un proceso de evaluación de distintas ideas o posibilidades y su potencial de error, basándose en evidencias y datos objetivos que lleven a una toma de decisiones eficaz y válida. Se trata de aprender a localizar, extraer, analizar e interpretar información y datos fiables para después estudiar, examinar y razonar, pudiendo así llegar a una conclusión de manera rápida y eficaz, como demanda el mundo actual.

Competencias específicas:

CE4: Capacidad para aplicar la tecnología y estrategias de innovación en el ámbito de RRHH y RRLA como modelo de crecimiento, desarrollo y mejora de su competitividad.

CE17: Capacidad para construir e implementar un plan estratégico: análisis estratégico externo e interno; formulación, elección e implantación de estrategias corporativas y competitivas; y control estratégico.

CE28: Capacidad para analizar y evaluar el entorno competitivo de la empresa, prestando especial atención al mercado e integrando este análisis al emprender nuevos retos.

Resultados de aprendizaje:

R1. Reconocer cómo la gestión correcta de la generación de nuevos productos/servicios, procesos, formas de marketing u organización es vital en el entorno económico actual.

R2. Resolver problemas relacionados con la interacción entre tecnología/empresa, y con la interacción de ambos parámetros con el entorno.

R3 Integrar estrategia y tecnología, como parte central de una estrategia empresarial corporativa.

R4. Describir las distintas herramientas legales para la protección de innovaciones (marcas registradas, patentes, modelos de utilidad, diseños industriales, etc).

R5 Identificar la aplicabilidad de las herramientas de protección de la innovación y su impacto en el modelo de negocio.

R6 Aplicar las nuevas metodologías a casos prácticos de selección, formación, desarrollo y procesos de cambio.

Competencias	Resultados de aprendizaje
CB1, CE17, CE28	Reconocer cómo la gestión correcta de la generación de nuevos productos/servicios, procesos, formas de marketing u organización es vital en el entorno económico actual.
CE4, CT6, CE28	Resolver problemas relacionados con la interacción entre tecnología/empresa, y con la interacción de ambos parámetros con el entorno.
CE4, CE17, CT1	Integrar estrategia y tecnología, como parte central de una estrategia empresarial corporativa.
CB1, CT6	Describir las distintas herramientas legales para la protección de innovaciones (marcas registradas, patentes, modelos de utilidad, diseños industriales, etc).
CE4, CB3, CT6	Identificar la aplicabilidad de las herramientas de protección de la innovación y su impacto en el modelo de negocio.
CE17, CT4, CT6	Diseñar estrategias de implementación en distintos entornos internacionales, maximizando la generación de valor para el cliente y el beneficio para la empresa.

4. CONTENIDOS

Unidad 1: Introducción a la estrategia empresarial.

Unidad 2: Líneas y modelos de innovación empresarial.

Unidad 3: Marcas comerciales y marca comunitaria.

Unidad 4: Patentes y modelo de utilidad.

Unidad 5: Copyright y software.

Unidad 6: Innovación en la Unión Europea.

5. METODOLOGÍAS DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE

A continuación, se indican los tipos de metodologías de enseñanza-aprendizaje que se aplicarán:

- Clase magistral
- Método del caso

- Aprendizaje basado en problemas
- Aprendizaje basado en retos
- Aprendizaje basado en proyectos

6. ACTIVIDADES FORMATIVAS

A continuación, se identifican los tipos de actividades formativas que se realizarán y la dedicación en horas del estudiante a cada una de ellas:

Modalidad online:

Actividad formativa	Número de horas
Clases magistrales	8
Clases virtuales	22
Análisis de casos	10
Resolución de problemas	7
Elaboración de informes	10
Diseño de estrategias y planes de intervención	15
Estudios de contenido y documentación complementaria	50
Tutoría virtual	18
Foro virtual	8
Pruebas presenciales	2
Totales	150

7. EVALUACIÓN

A continuación, se relacionan los sistemas de evaluación, así como su peso sobre la calificación total de la asignatura:

Sistema de evaluación	Peso (%)
Prueba presencial de conocimiento	60
Caso problema	10
Trabajos de diseño de estrategias y planes de intervención	20

En el Campus Virtual, cuando accedas a la asignatura, podrás consultar en detalle las actividades de evaluación que debes realizar, así como las fechas de entrega y los procedimientos de evaluación de cada una de ellas.

7.1. Convocatoria ordinaria

Para superar la asignatura en convocatoria ordinaria deberás obtener una calificación mayor o igual que 5,0 sobre 10,0 en la calificación final (media ponderada) de la asignatura.

En todo caso, será necesario que obtengas una calificación mayor o igual que 5,0 en la prueba final, para que la misma pueda hacer media con el resto de actividades.

7.2. Convocatoria extraordinaria

Para superar la asignatura en convocatoria ordinaria deberás obtener una calificación mayor o igual que 5,0 sobre 10,0 en la calificación final (media ponderada) de la asignatura.

En todo caso, será necesario que obtengas una calificación mayor o igual que 5,0 en la prueba final, para que la misma pueda hacer media con el resto de actividades.

Se deben entregar las actividades no superadas en convocatoria ordinaria, tras haber recibido las correcciones correspondientes a las mismas por parte del docente, o bien aquellas que no fueron entregadas.

8. CRONOGRAMA

En este apartado se indica el cronograma con fechas de entrega de actividades evaluables de la asignatura:

Actividades evaluables	Fecha
Actividad 1	Noviembre 2024
Actividad 2	Diciembre 2024
Actividad 3	Enero 2025
Actividad 4	Enero 2025
Prueba presencial de conocimiento	Febrero 2025

Este cronograma podrá sufrir modificaciones por razones logísticas de las actividades. Cualquier modificación será notificada al estudiante en tiempo y forma.

9. BIBLIOGRAFÍA

- Guerras Martín, L.A. & Navas López, J.E. (2015). **La Dirección Estratégica de la Empresa. Teoría y aplicaciones** (Papel + e-book). Tratados y Manuales de Empresa.
- Porter, M.E. (2009). **Estrategia competitiva: Técnicas para el análisis de la empresa y sus competidores**. Ediciones Deusto.
- Rumelt, R.P. (2021). **Good Strategy Bad Strategy: The Difference and Why It Matters**. Profile Books.
- Grant, R.M. (2021). **Contemporary Strategy Analysis**. John Wiley & Sons.
- Ansoff, H.I. & Kipley, D. (2020). **Implanting Strategic Management**. Palgrave Macmillan.
- Barney, J.B. & Hesterly, W.S. (2021). **Strategic Management and Competitive Advantage: Concepts and Cases**. Pearson.
- Johnson, G., Whittington, R. & Scholes, K. (2020). **Fundamentals of Strategy**. Pearson.
- Pisano, G.P. (2021). **Strategy Beyond the Hockey Stick: People, Probabilities, and Big Moves to Beat the Odds**. John Wiley & Sons.
- Osterwalder, A. & Pigneur, Y. (2020). **The Invincible Company: How to Constantly Reinvent Your Organization with Inspiration From the World's Best Business Models**. Wiley.

Kaplan, R.S. & Norton, D.P. (2021). **Balanced Scorecard: Translating Strategy into Action**. Harvard Business Review Press

10. UNIDAD DE ORIENTACIÓN EDUCATIVA, DIVERSIDAD E INCLUSIÓN

Desde la Unidad de Orientación Educativa, Diversidad e Inclusión (ODI) ofrecemos acompañamiento a nuestros estudiantes a lo largo de su vida universitaria para ayudarles a alcanzar sus logros académicos. Otros de los pilares de nuestra actuación son la inclusión del estudiante con necesidades específicas de apoyo educativo, la accesibilidad universal en los distintos campus de la universidad y la equiparación de oportunidades.

Desde esta Unidad se ofrece a los estudiantes:

1. Acompañamiento y seguimiento mediante la realización de asesorías y planes personalizados a estudiantes que necesitan mejorar su rendimiento académico.
2. En materia de atención a la diversidad, se realizan ajustes curriculares no significativos, es decir, a nivel de metodología y evaluación, en aquellos alumnos con necesidades específicas de apoyo educativo persiguiendo con ello una equidad de oportunidades para todos los estudiantes.
3. Ofrecemos a los estudiantes diferentes recursos formativos extracurriculares para desarrollar diversas competencias que les enriquecerán en su desarrollo personal y profesional.
4. Orientación vocacional mediante la dotación de herramientas y asesorías a estudiantes con dudas vocacionales o que creen que se han equivocado en la elección de la titulación.

Los estudiantes que necesiten apoyo educativo pueden escribirnos a:

orientacioneducativa@universidadeuropea.es

11. ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN

¡Tú opinión importa!

La Universidad Europea te anima a participar en las encuestas de satisfacción para detectar puntos fuertes y áreas de mejora sobre el profesorado, la titulación y el proceso de enseñanza-aprendizaje.

Las encuestas estarán disponibles en el espacio de encuestas de tu campus virtual o a través de tu correo electrónico.

Tu valoración es necesaria para mejorar la calidad de la titulación.

Muchas gracias por tu participación.