

DOBLE TITULACIÓ GRAU EN ADMINISTRACIÓ D'EMPRESES I GI / GRAU EN MÀRQUETING I CD

120422 - INNOVACIÓ ESTRATÈGICA

Informació general

- Tipus d'assignatura : Obligatòria
- Coordinador : Mònica Juliana Oviedo León
- Curs: Quart
- Trimestre: Segon
- Crèdits: 6
- Professorat:
 - Giovanni Giusti <ggiusti@tecnocampus.cat>

Idiomes d'impartició

- Català
- Castellà
- Anglès

Consulta els horaris dels diferents grups per saber l'idioma d'impartició de classes. Tot i que el material pot estar en qualsevol dels tres idiomes.

Competències que es treballen

Bàsica

- B4_ Que els estudiants puguin transmetre informació, idees, problemes i solucions a un públic tant especialitzat com no especialitzat
- B4_ Que els estudiants puguin transmetre informació, idees, problemes i solucions a un públic tant especialitzat com no especialitzat
- B5_ Que els estudiants hagin desenvolupat aquelles habilitats d'aprenentatge necessàries per emprendre estudis posteriors amb un alt grau d'autonomia
- B5_ Que els estudiants hagin desenvolupat aquelles habilitats d'aprenentatge necessàries per emprendre estudis posteriors amb un alt grau d'autonomia

Específica

- E11_ Analitzar i valorar adequadament l'entorn científic-tecnològic i econòmic, tant per buscar oportunitats innovadores com per establir els processos necessaris per adaptar l'organització a aquest entorn
- E11_ Analitzar i valorar adequadament l'entorn científic-tecnològic i econòmic, tant per buscar oportunitats innovadores com per establir els processos necessaris per adaptar l'organització a aquest entorn

- E15_Reunir i interpretar dades significatives per emetre judicis que incloguin una reflexió sobre temes rellevants en l'àmbit empresarial i ser capaç d'elaborar un document que permeti transmetre informació o una proposta empresarial innovadora
- E15_Reunir i interpretar dades significatives per emetre judicis que incloguin una reflexió sobre temes rellevants en l'àmbit empresarial i ser capaç d'elaborar un document que permeti transmetre informació o una proposta empresarial innovadora

General

- G2_Ser capaç d'innovar desenvolupant una actitud oberta davant del canvi i estar disposats a reavaluar els vells models mentals que limiten el pensament
- G2_Ser capaç d'innovar desenvolupant una actitud oberta davant del canvi i estar disposats a reavaluar els vells models mentals que limiten el pensament

Transversal

- Comunicar con propiedad de forma oral y escrita en las dos lenguas oficiales en Cataluña
- Comunicar con propiedad de forma oral y escrita en las dos lenguas oficiales en Cataluña
- T3_Mostrar habilitats emprenedores de lideratge i direcció, que reforcin la confiança personal i redueixin la por al risc
- T3_Mostrar habilitats emprenedores de lideratge i direcció, que reforcin la confiança personal i redueixin la por al risc

Descripció

L'assignatura d'Innovació estratègica té tres objectius. D'una banda, proporcionar l'estudiant els coneixements més avançats en tema d'estratègia empresarial i relació amb l'entorn global.

Per l'altre costat, mitjançant l'ús de mètode de el cas permet a l'estudiant aprendre conceptes teòrics complexos gràcies a casos empresarials reals i actuals.

Finalment, mitjançant l'ús d'un simulador empresarial l'estudiant podrà implementar en un entorn virtual els conceptes apreses en les sessions de classe (ex. Avantatge competitiu, innovació per segments, llicències, maneig de l'entorn global, etc.).

Resultats d'aprenentatge

- Identificar els principals problemes estratègics de l'empresa així com els principis teòrics de teoria de jocs i de microeconomia i la seva aplicació a l'estratègia empresarial.
- Dissenyar l'estratègia competitiva de l'empresa o d'un projecte d'innovació i dissenyar, planificar i dirigir models de negoci innovadors.
- Aplicar coneixements sobre negociació, resolució de conflictes, gestió del temps, intel·ligència emocional, presa de decisions, tècniques d'estudi, treball en equip i tècniques de comunicació.

Metodologia de treball

Sessions teòriques	<p>MD1.Clase magistral: Sessions de classe expositives basades en l'explicació del professor a la qual assisteixen tots els estudiants matriculats a l'assignatura</p> <p>MD3. Presentacions: Formats multimèdia que serveixen de suport a les classes presencials</p> <p>MD4. Càpsules de vídeo: Recurs en format vídeo, que inclou continguts o demostracions dels eixos temàtics de les assignatures. Aquestes càpsules estan integrades en l'estructura de l'assignatura i serveixen als estudiants per revisar tantes vegades com calgui les idees o propostes que el professor necessita destacar de les seves classes</p>
---------------------------	---

Aprenentatge dirigit	<p>MD7. Estudi de casos: Dinàmica que parteix de l'estudi d'un cas, que serveix per contextualitzar l'estudiant en una situació en concret, el professor pot proposar diferents activitats, tant a nivell individual com en grup, entre els seus estudiants</p> <p>MD8. Jocs de rol: Dinàmica de simulació en què cada estudiant figura un paper especificat pel professor. Com a "rol", tindrà accés a una informació específica i ha de "jugar" les seves bases, segons les regles del joc, per resoldre o viure la situació de referència de la dinàmica.</p>
Aprenentatge autònom	<p>MD9. Resolució d'exercicis i problemes: Activitat no presencial dedicada a la resolució d'exercicis pràctics a partir de les dades subministrades pel professor</p> <p>MD10. Recerca i lectura crítica d'articles: Els estudiants parteixen d'una hipòtesi de treball que desenvoluparan, seguint les fases de la metodologia d'investigació, entre les quals la lectura crítica d'articles.</p> <p>MD11. Tutories no presencials: per què l'alumne disposarà de recursos telemàtics com el correu electrònic i els recursos de la intranet de l'ESCSET.</p>

Aquesta assignatura disposa de recursos metodològics i digitals per fer possible la seva continuïtat en modalitat no presencial en el cas de ser necessari per motius relacionats amb la Covid-19. D'aquesta forma s'assegurarà l'assoliment dels mateixos coneixements i competències que s'especifiquen en aquest pla docent.

El Tecnocampus posarà a l'abast del professorat i l'alumnat les eines digitals necessàries per poder dur a terme l'assignatura, així com guies i recomanacions que facilitin l'adaptació a la modalitat no presencial.

L'aula física o virtual) és un espai segur, lliure d'actituds masclistes, racistes, homòfobes, trànsfobes i discriminatòries, ja sigui cap a l'alumnat o cap al professorat. Confiem que entre totes i tots puguem crear un espai segur on ens puguem equivocar i aprendre sense haver de patir prejudicis d'altres.

Continguts

BLOC 1

1. Què és una estratègia?
- 1.2 Lideratge estratègic, avantatge competitiu i acompliment
- 1.3 Gerents estratègics
- 1.4 El procés d'elaboració d'estratègies
- 1.5 Objectius principals
 - 1.5.1 Anàlisi externa
 - 1.5.2 Anàlisi interna
- 1.6 Planificació d'escenaris
- Cas (1)
- Cas (2)

2. L'anàlisi externa

- 2.1 L'anàlisi de la indústria
- 2.2 Oportunitats i amenaces
- 2.3 Model 5 Forces de Porter
- 2.4 Barreres d'entrada
- 2.5 Rivalitat entre empreses establertes
- 2.6 Forces macroeconòmiques
- Cas (3)
- Cas (4)

BLOC 2

3. La naturalesa de l'avantatge competitiu
 - 3.1 Anàlisi interna

3.2 Creació de valor i rendibilitat

3.3 La cadena de valor

3.4 Els components bàsics de l'avantatge competitiu

3.5 Mesura de l'avantatge competitiu: comptabilitat

Cas (5)

Cas (6)

4. Avantatge competitiu a través d'estratègies de nivell funcional

4.1 Enfocament: Eficiència

4.2 Enfocament: Qualitat

4.3 Enfocament: Innovació

4.4 Capacitat de resposta superior a el client

Cas (7)

Cas (8)

Cas (9)

- SIMULADOR Q1

BLOC 3

5. Estratègia d'implementació

5.1 Estratègia de nivell empresarial (BLS)

5.1.1 Reducció de costos

5.1.2 Diferenciació

5.1.3 Innovació de valor

5.2 Segmentació de mercat

5.3 Competir de forma diferent: estratègia de l'oceà blau

Cas (10)

- **SIMULADOR Q2-Q3-Q4**

6. Relació entre BLS i l'entorn industrial

6.1 Estratègies en una indústria fragmentada

6.1.1 Consolidar a través de la innovació

6.1.2. Cadenes i franquícies

6.1.3 Fusions horitzontals

6.2 Estratègies en indústries embrionàries i en creixement

6.3 Estratègies en indústries madures

6.4 Estratègies en indústries en declivi

Cas (11)

7. Estratègies en el medi ambient mundial

7.1 Entorn mundial i nacional

7.2 Expansió global, rendibilitat i creixement dels guanys

7.3 Elecció d'una estratègia global

7.4 L'elecció de la manera d'entrada

- 7.4.1 Exportació
- 7.4.2 Llicències
- 7.4.3 Franquícies
- 7.4.4 Empresa conjunta
- 7.4.5 Subsidiàries de propietat completa

Cas (12)

- **SIMULADOR Q5-Q6**

8. Estratègia a nivell empresarial

- 8.1 Integració horitzontal
- 8.2 Integració vertical
- 8.3 Subcontractació estratègica

Cas (13)

Activitats d'aprenentatge

L'assignatura inclou: Classes magistrals, classes pràctiques (amb la possibilitat d'un simulador d'empreses virtual) on els alumnes hauran de realitzar exercicis, discutir a classe casos, articles i temes d'interès per l'assignatura.

Sistema d'avaluació

Resum

Resultat simulador (directament atorgat pel programa)	20%
Presentació final (rubrica basada en la relació de cada tema amb l'estratègia adoptada en el simulador).	30 %
Examen final	50 %

S'ha d'aprovar l'avaluació continuada (50%) i l'examen (50%) per fer la mitjana. En la recuperació es manté la nota de l'avaluació continuada i només es podrà recuperar l'examen.

Un alumne que no s'hagi presentat a la primera convocatòria NO pot presentar-se a la recuperació.

No es guardaran notes d'avaluació continua de diferents cursos acadèmics.

Recursos

Bàsics

Bibliografies

- Hill, C. W., Jones, G. R., & Schilling, M. A. (2019). Strategic management: Theory & cases: An integrated approach (13th edition). Cengage Learning.

Complementaris

Bibliografies

- GUERRAS MARTIN, L.A. y NAVAS LOPEZ, J.E. (2008): Dirección estratégica de la empresa. 4ª edició. Madrid. Thomson-Civitas.
- Grant, R.M. (2013): Contemporary Strategy Analysis: Concepts, Techniques, applications. Cambridge (USA). Blackwell. (8th Edition)
-

KIM, W. CHAN (2005): "Blue ocean strategy". Harvard Business School Publ. Corp.

- PORTER, M.E. (2008): "On Competition", Harvard Business School Press.
- Porter, M. E. (1985). Technology and competitive advantage. *Journal of business strategy*.
- Porter, M. E. (1989). From competitive advantage to corporate strategy. In *Readings in strategic management* (pp. 234-255). Palgrave, London.
- Price, C. R. (2012). Gender, competition, and managerial decisions. *Management Science*, 58(1), 114-122.