TecnoCampus
Centres universitaris adscrits a la
upf. Universitat Pompeu Fabra Barcelona

GRAU EN ADMINISTRACIÓ D'EMPRESES I GESTIÓ DE LA INNOVACIÓ, DOCÈNCIA EN ANGLÈS

1016 - INNOVACIÓ ESTRATÈGICA

Informació general

- Curs acadèmic 2025/26
- Departament: Empresa
- Tipus d'assignatura: Obligatòria
- Curs: Tercer
- Trimestre: Segon
- Nombre de crèdits: 6
- Professorat:
  - Giovanni Giusti <ggiusti@tecnocampus.cat>

Llengües de docència

- Anglès

Presentació de l'assignatura

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.).

Competències/Resultats d'aprenentatge

Bàsica

- 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

Específica

- E11_Analitzar i valorar adequadament l'entorn científico-tecnològic i econòmic, tant per buscar oportunitats innovadores com per establir els processos necessaris per adaptar l'organitzacio a aquest entorn.
- E12_Generar habilitats estratègiques contemplant l'entorn operatiu com a un projecte i establint pautes a llarg plaç i a gran escala
-

E7_Elaborar projectes i propostes d'empreses innovadores establint principis de responsabilitat social en la gestió i integrant la prespectiva de gènere com a indicadors de qualitat i innovació.

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

Transversal

- T3_Mostrar habilitats emprenedores de lideratge i direcció, que reforcin la confiança personal i redueixin la por al risc

No definides

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)

Objectius de Desenvolupament Sostenible

- 12 - Consum i producció responsables
- 03 - Salut i benestar
- 04 - Educació de qualitat

Activitats i 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'examen 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.

Qualsevol forma de frau acadèmic serà sancionada d'acord amb la normativa d'avaluació del centre. En cas que es detectin indicis de frau, inclòs l'ús indegut d'eines d'intel·ligència artificial generativa, el professorat de l'assignatura podrà convocar l'estudiant a una entrevista individual amb l'objectiu de verificar-ne l'autoria.

Bibliografia i Recursos

- 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 SchoolPubl. Corp.
- Lee, S. M., & Trimi, S. (2021). Convergence innovation in the digital age and in the COVID-19 pandemic crisis. Journal of Business Research, 123, 14-22.
- 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.
- Hill, C. W., Jones, G. R., & Schilling, M. A. (2019). Strategic management: Theory & cases: An integrated approach (13th edition). Cengage Learning.