6-07

GUÍA DE ESTUDIO DE LDI

POLITICA DE EMPRESA

CÓDIGO 01425016

UNED

6-07

POLITICA DE EMPRESA

CÓDIGO 01425016

ÍNDICE

OBJETIVOS
CONTENIDOS
EQUIPO DOCENTE
BIBLIOGRAFÍA BÁSICA
BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA
SISTEMA DE EVALUACIÓN
HORARIO DE ATENCIÓN AL ESTUDIANTE
IGUALDAD DE GÉNERO

OBJETIVOS

La asignatura Política de Empresa trata de las decisiones estratégicas de la empresa en diferentes escenarios y las peculiaridades de las empresas que actúan en estos sectores. Así, se estudia, en primer lugar, las características generales de los sectores, para contemplar seguidamente algunos de ellos, intensivos en tecnología, maduros, globales y virtuales. Asimismo se estudiará la situación de las empresas diversificadas.
Para seguir esta asignatura es importante que el alumno recuerde los objetivos fundamentales de la asignatura **Dirección estratégica**, en particular las teorías dominantes en este campo, como son el enfoque de la organización industrial y la teoría de los recursos.
El cuaderno de prácticas que contiene casos de la realidad empresarial, recomendado en la bibliografíla básica, le ayudará a integrar y aplicar los conocimientos teóricos a situaciones reales. Las lecturas recomendadas del manual –*Estrategia y Política de Empresa*–; no sólo ayudarán a comprender los temas del programa, sino que ampliarán conocimientos sobre la materia objeto de estudio.

CONTENIDOS

PROGRAMA

TEMA 1.	*Política de Empresa o Estrategia. Los fundamentos de una ciencia* 1.1. Introducción. 1.2. La era de los consultores 1.3. La era de la organización industrial 1.4. La teoría de los recursos

Capítulo I de Política de Empresa y Estrategia. Lecturas 1, 2, 3, 4 y 8. Cuaderno de prácticas, Sol Meliá e Inditex

TEMA 2. *Estrategia y medida*

2.1. Introducción. La rentabilidad como objetivo básico de la empresa
2.2. La relación entre rentabilidad contable, financiera y crecimiento
2.3. El cuadro de mando integral y los mapas estratégicos
2.4. Apéndice. La medida y los diferentes tipos de empresas

Capítulo II de Política de Empresa y Estrategia. Cuaderno de prácticas, Adolfo Domínguez e Indra

TEMA 3. *Evolución del sector*

3.1. Introducción
3.2. Modelo Schumpeteriano
3.3. Modelo de ciclo de vida del producto
3.4. Modelo de Abernathy y Utterback
3.5. Modelo de McGahan
3.6. La visión del futuro: Análisis de escenarios

Capítulo III de Política de Empresa y Estrategia. Cuaderno de prácticas, Ebro Puleva

TEMA 4. *La estrategia en sectores maduros y en declive*

4.1. Introducción

4.2. Cambios que se producen en la transición a la madurez de un sector
4.3. Estrategias en sectores maduros
4.4. Estrategia y cambios en los sectores maduros. La burocracia maquinal y la eficiencia
4.5. Estrategias para los sectores en declive

Capítulo IV de Política de Empresa y Estrategia. Cuaderno de prácticas, Tavex y Telepizza

TEMA 5. *Estrategia, tecnología e innovación*
5.1. Introducción
5.2. Conceptos básicos
5.3. Apropiación de los beneficios de la innovación
5.4. La estrategia tecnológica de la empresa
5.5. Fuentes de aprovisionamiento tecnológico
5.6. La explotación de la innovación: El desarrollo interno y el contrato de licencia
5.7. La organización para la innovación y la importancia del marco institucional

Capítulo V de Política de Empresa y Estrategia. Lecturas 6. Cuaderno de prácticas, Nokia

TEMA 6.Estrategia e Internet
6.1. Introducción
6.2. Internet y la estructura de la industria
6.3. Internet y la ventaja competitiva. La eficacia operativa. Posicionamiento estratégico
6.4. Internet como complemento a la estrategia
6.5. Internet y la cadena de valor

Capítulo VI de Política de Empresa y Estrategia. Lecturas 15. Cuaderno de prácticas, Azkar y Barrabés

TEMA 7.Estrategias corporativas de crecimiento: Internacionalización y diversificación
7.1. Introducción
7.2. Fundamentos de la estrategia de internacionalización. Razones que justifican la internacionalización de las empresas. Opciones estratégicas para competir internacionalmente. Formas de entrada en los mercados exteriores
7.3. Fundamentos de la estrategia de diversificación
7.4. La estrategia de diversificación relacionada
7.5. La estrategia de diversificación no relacionada
7.6. La estrategia de integración vertical
7.7. Resultados de la estrategia de diversificación de la empresa

Capítulo VII de Política de Empresa y estrategia. Lecturas 5, 12 y 13. Cuaderno de prácticas, General Electric y MCC

TEMA 8.La cooperación y la competitividad empresarial. Las alianzas estratégicas
8.1. Introducción
8.2. Definiciones de alianzas. Alianzas y adquisiciones y fusiones, lo que es común y los que es diferente
8.3. Tipos de alianzas.
8.4. El gobierno de una alianza. Preparación y ejecución

Capítulo VIII de Política de Empresa y Estrategia. Lecturas 18 y 19. Cuaderno de

prácticas, Toyota

TEMA 9. *Las estrategias de fusión y adquisición*

9.1. Introducción

9.2. El valor de las estrategias de fusión y adquisición. La relación estratégica entre las empresas implicadas. Motivos para llevar a cabo una estrategia de fusión o adquisición

9.3. Cómo llevar a cabo una estrategia de fusión y adquisición que genera valor. Requisitos generales para el éxito de la fusión o la adquisición. Cómo debe actuar la empresa que pugna por la adquisición. Cómo debe actuar la empresa objetivo de la adquisición

9.4. ¿Y después de la operación de fusión o adquisición? La organización de la empresa resultante

Capítulo IX de Política de Empresa y Estrategia. Lecturas 5. Cuaderno de prácticas, Zeltia

TEMA 10. *Estrategia y organización*

10.1. Introducción

10.2. La relación entre estructura y estrategia. Patrones evolutivos de la estrategia y la estructural. Otros enfoques más recientes

10.3. Laimportancia del cambio y del director general. Estrategia, estructura y cambio. El papel del director general

10.4. Apéndice: Los tests de una organización bien diseñada

Capítulo X de Política de Empresa y Estrategia. Lecturas 14. Cuaderno de prácticas, Codorniu y Freixenet

TEMA 11. *La visión de la empresa basada en el conocimiento*

11.1. Introducción

11.2. La dimensión estratégica del conocimiento. El conocimiento en la empresa. La creación de conocimiento. El modo de proceder de la organización que aprende

11.3. La gestión del conocimiento

Capítulo XI de Política de Empresa y Estrategia. Lecturas 21 y 22. Cuaderno de prácticas, Harley Davidson

TEMA 12. *El gobierno de la empresa*

12.1. Introducción ¿Por qué es importante hablar del gobierno de la empresa?

12.2. Mecanismos de control en la empresa: La Teoría de la Agencia. La influencia de la cultura. Los mecanismos de control en la empresa. El papel de los trabajadores

12.3. El gobierno de la empresa. El concepto de gobierno corporativo. La propiedad: distribución accionarial y concentración de la propiedad. El consejo de administración

Capítulo XII de Política de Empresa y Estrategia. Lecturas 10. Cuadernos de prácticas, Bimbo

TEMA 13. *La responsabilidad social corporativa*

13.1. Introducción

13.2. Concepto de responsabilidad social corporativa. Vinculaciones de la RSC con la reputación de la empresa

13.3. El papel de los estándares y las iniciativas internacionales en la difusión de la RSC

13.4. El escrutinio externo de la RSC: El papel de los mercados financieros y de productos

Capítulo XIII de Política de Empresa y estrategia. Lecturas 17 y 20. Cuaderno de

prácticas, British Petroleum

EQUIPO DOCENTE

Nombre y Apellidos	VICTOR MANUEL MARTIN MARTINEZ
Correo Electrónico	vmmartin@cee.uned.es
Teléfono	91398-6444
Facultad	FAC.CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
Departamento	ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

BILBAO CALABUIG, Paloma; ESCUDERO GUIRADO, Carmen, y RODRÍGUEZ CARRASCO, José Manuel: *Política de Empresa y Estrategia.* Universitas, Madrid, 2005.

GLIBOTA, Gustavo S., LÓPEZ LÓPEZ, M.ª Dolores y RODRÍGUEZ CARRASCO, José Manuel: *Política de Empresa. Cuaderno de prácticas,* UNED, Madrid, 2005.

GARRIDO BUJ, Santiago, RODRÍGUEZ CARRASCO, José Manuel: *Estrategia y Política de Empresa. Lecturas.* Ed. Pirámide, Madrid, 2002.

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

BARNEY, Jay B.: *Gaining and sustaining competitive advantage.* Prentice Hall, New Jersey, 2001.

MINTZBERG, Henry: *El Proceso Estratégico.* Prentice Hall, Madrid, 1999.

THOMPSON, Arthur A. y STRICKLAND, A. J.: *Strategic Management: Concepts and Cases.* McGraw-Hill, Nueva York, 2003.

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

SISTEMA DE EVALUACIÓN

El examen constará de dos partes: teórica y práctica.
La parte teórica comprenderá una prueba de ensayo.
La prueba de ensayo consistirá en cuatro preguntas sobre epígrafes del programa.
La parte práctica versará sobre supuestos prácticos con preguntas similares a las que figuran en el cuaderno de prácticas.
La nota final será una media ponderada de la prueba de ensayo (60%), prueba práctica (30%) y evaluación a distancia (10%).
Transcurrido un mes desde la celebración del examen, podrá conocer su calificación llamando al número de teléfono 902 25 26 42.

HORARIO DE ATENCIÓN AL ESTUDIANTE

Las consultas se atenderán los miércoles lectivos de 16 a 20 h., en el número de teléfono 91 398 64 44 y a través del número de fax 91 398 63 44.
Otras horas de permanencia:
D. José Manuel Rodríguez Carrasco
D. Víctor Martín Martínez
Miércoles, de 16 a 20 h.
Correo electrónico: politicadeempresa@cee.uned.es
Dirección postal: Edificio Interfacultativo, Despacho 4.19 UNED C/ Juan de Rosal, 16 28040 Madrid

IGUALDAD DE GÉNERO

En coherencia con el valor asumido de la igualdad de género, todas las denominaciones que en esta Guía hacen referencia a órganos de gobierno unipersonales, de representación, o miembros de la comunidad universitaria y se efectúan en género masculino, cuando no se hayan sustituido por términos genéricos, se entenderán hechas indistintamente en género femenino o masculino, según el sexo del titular que los desempeñe.