

61768 - Estrategia y valor de la empresa

Información del Plan Docente

Año académico: 2023/24

Asignatura: 61768 - Estrategia y valor de la empresa

Centro académico: 109 - Facultad de Economía y Empresa

Titulación: 555 - Máster Universitario en Dirección, Estrategia y Marketing

Créditos: 3.0

Curso: 1

Periodo de impartición: Segundo semestre

Clase de asignatura: Optativa

Materia:

1. Información básica de la asignatura

La asignatura responde a los siguientes objetivos:

Completar la formación académica de los titulados.

Adquirir conocimientos avanzados y especializados sobre materias propias de la Gestión de las Organizaciones.

Fomentar la actitud crítica.

Conocer las principales líneas de investigación en el ámbito de la valoración de empresas.

Manejar la información relevante y utilizar la metodología adecuada para analizar las decisiones empresariales desde el punto de vista de la creación de valor.

Estos planteamientos y objetivos están alineados con el noveno objetivo de Desarrollo Sostenible (ODS) de la Agenda 2030 de Naciones Unidas (<https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/>), de tal manera que la adquisición de los resultados de aprendizaje de la asignatura proporciona capacitación y competencia para contribuir en cierta medida a su logro:

Objetivo 9: Industria, innovación e infraestructuras.

2. Resultados de aprendizaje

El estudiante, para superar esta asignatura, deberá demostrar los siguientes resultados:

Conocimientos sobre modelos de valoración de empresas, relación entre el valor y las estrategias diseñadas y las consecuencias y resultados de las mismas.

3. Programa de la asignatura

- 1.- Modelos clásicos de valoración de empresas.
- 2.- Gestión de carteras.
- 3.- Estrategia, estructura y valor de las empresas.
- 4.- Valoración en la nueva economía. Opciones reales.
- 5.- Modelo de competencia perfecta.
- 6.- La creación de riqueza en el modelo neoclásico de empresa.
- 7.- Monopolio natural.
- 8.- Existencia de intangibles y rentas extraordinarias y valoración de la empresa.
- 9.- Herramientas y KPIs para análisis y valoración de empresas en la práctica. Casos reales.

4. Actividades académicas

En la asignatura se van a llevar a cabo sesiones expositivas, presentaciones de trabajos y prácticas. La metodología del curso es una combinación de clase expositiva por parte de los profesores en la cual se transmiten los aspectos básicos de los temas a tratar y de exposición de comentarios y resolución de problemas por parte de los estudiantes.

Estas tareas se realizarán han de preparar previa e individualmente las presentaciones en el aula. en el aula de forma presencial durante 30 horas. Se calcula que el trabajo personal del estudiante, las tutorías y asistencia a eventuales seminarios suponga 45 horas.

5. Sistema de evaluación

1.- La opción de evaluación continua consistirá en la entrega por escrito y la presentación en el aula de los comentarios de lecturas y de la resolución de problemas que en las sesiones de la asignatura se vayan proponiendo. Estas actividades tendrán una ponderación del 50% de la nota final. Asimismo, el estudiante deberá entregar un trabajo final escrito. Este trabajo

final también tendrá una ponderación del 50% de la nota final. Para superar la asignatura hay que obtener una puntuación mínima de 5 puntos sobre 10.

2.- El alumno podrá asistir al examen final de la asignatura, en el que se deberá responder a preguntas teóricas de los temas del programa y a la resolución de problemas y/o comentario de casos. Para aprobar la asignatura se deberá obtener una calificación mínima de 5 puntos.

3.- Los estudiantes que no hayan superado la asignatura en primera convocatoria tendrán derecho en la SEGUNDA CONVOCATORIA a presentarse a una nueva prueba global.

Criterios de valoración

En ambos sistemas de evaluación los criterios aplicables se basarán en los siguientes aspectos:

Presentación formal del trabajo: claridad, estilo y formato.

Capacidad de relación con los contenidos de las sesiones teóricas.

Sistematización, lógica argumental y valoración crítica de los textos.