

61768 - Estrategia y valor de la empresa

Información del Plan Docente

Año académico	2018/19
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
Módulo	---

1. Información Básica

1.1. Objetivos de la asignatura

La asignatura y sus resultados previstos responden a los siguientes planteamientos y 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.

1.2. Contexto y sentido de la asignatura en la titulación

Se trata de una asignatura optativa que contribuye a profundizar el conocimiento de la estrategia y de la organización interna de las empresas.

1.3. Recomendaciones para cursar la asignatura

El estudiante debería haber superado las asignaturas obligatorias del Máster y tener los conocimientos básicos de Economía y Gestión Empresarial.

Algunas lecturas que se trabajarán están escritas en inglés, por lo que el estudiante ha de tener un dominio de dicha lengua.

Es muy recomendable la asistencia a clase y la participación en las actividades propuestas. Es esencial el trabajo individual del estudiante (1,5 h. por cada hora presencial).

2. Competencias y resultados de aprendizaje

2.1. Competencias

Al superar la asignatura, el estudiante será más competente para...

Competencias básicas y generales:

CG1 - Capacidad de organización, planificación y aprendizaje

CG2 - Aprender a utilizar sus conocimientos y habilidades en diferentes contextos y aplicarlos a una realidad en constante movimiento como es la generada por las sociedades actuales

CG3 - Capacidad de tomar decisiones

CG4 - Capacidad para desarrollar una actividad internacional

CG5 - Capacidad para desarrollar su actividad de forma ética y respeto los derechos de las personas

CG6 - Capacidad de adaptación a entornos complejos y cambiantes

CG7 - Capacidad de utilización de herramientas informáticas y tecnologías de la comunicación

CG8 - Creatividad

CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación

CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio

CB8 - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios

CB9 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades

CB10 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

Competencias específicas:

E5.- Comprender y justificar desde un punto de vista académico el entorno económico-institucional y su impacto sobre

61768 - Estrategia y valor de la empresa

las decisiones empresariales.

E9.- Capacidad para analizar y medir los recursos de la organización (tangibles, intangibles y humanos).

OE11.- Evaluar, interpretar y seleccionar la información existente, contrastarla e integrarla para optimizar la toma de decisiones.

OE17.- Capacidad para utilizar los métodos clásicos y actuales de valoración de empresas, incluido en circunstancias especiales de mercado y regulación.

Competencias Transversales:

T1.- Capacidad para comunicar conocimientos y conclusiones y las razones últimas que las sustentan.

T2.- Habilidades de comunicación oral y escrita.

T3.- Habilidad para documentar y defender las propias ideas y decisiones.

T4.- Capacidad para evaluar la información recibida de forma crítica.

T5.- Capacidad para comprender conocimientos que amplían y mejoran los adquiridos en una titulación previa, especialmente para ser aplicados en el ámbito de la investigación.

T6.- Capacidad para definir y elaborar un trabajo de investigación riguroso y original.

T7.- Capacidad para realizar estudios, análisis y trabajos de investigación especializados, de interés para el desarrollo de la sociedad y capaces de procurar avance científico.

2.2.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.

2.3.Importancia de los resultados de aprendizaje

Fundamentalmente la asignatura desarrolla los resultados de aprendizaje que tienen que ver con la orientación investigadora en el ámbito de la Gestión de las Organizaciones, pues proporciona herramientas que permiten conocer los efectos que tiene sobre el valor de las empresas.

3.Evaluación

3.1.Tipo de pruebas y su valor sobre la nota final y criterios de evaluación para cada prueba

El estudiante deberá demostrar que ha alcanzado los resultados de aprendizaje previstos mediante las siguientes

61768 - Estrategia y valor de la empresa

actividades de evaluacion

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. Esta entrega se realizará en el aula en las fechas fijadas al inicio de la asignatura, en las cuales los estudiantes expondrán los resultados de sus trabajos. Estas actividades tendrán una ponderación del 50% de la nota final. Asimismo, el estudiante deberá entregar un trabajo final escrito que podrá consistir en el comentario en profundidad de una o varias lecturas, en la resolución de problemas complejos o en la propuesta de un proyecto de investigación basado en el contenido de la asignatura (o una combinación de todos). 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.- No obstante, el alumno podrá, si así lo desea, 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 en dicho examen.

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, de similares características a la de primera convocatoria.

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.

4. Metodología, actividades de aprendizaje, programa y recursos

4.1. Presentación metodológica general

El proceso de aprendizaje que se ha diseñado para esta asignatura se basa en lo siguiente:

El punto de partida de la asignatura es que el valor de una empresa proporciona información sobre las expectativas que existen sobre ella. Todas las tareas a realizar en esta asignatura (clases teóricas, lecturas a comentar, problemas a resolver) tratarán sobre la valoración de las empresas. Se expondrán los contenidos teóricos y se resolverán problemas que utilicen tanto los modelos clásicos como los modelos más recientes.

4.2. Actividades de aprendizaje

El programa que se ofrece al estudiante para ayudarle a lograr los resultados previstos comprende las siguientes actividades...

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. Los estudiantes han de preparar previa e individualmente las presentaciones en el aula.

4.3.Programa

- 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.

4.4.Planificación de las actividades de aprendizaje y calendario de fechas clave

Calendario de sesiones presenciales y presentación de trabajos

El calendario de sesiones presenciales se hará público en la web del centro. La presentación de trabajos y otras actividades será comunicada por el profesor responsable a través del Anillo Digital Docente y en el aula al inicio de la asignatura.

Las actividades y fechas clave se comunican a través del Anillo Digital Docente y al comenzar el periodo lectivo de la asignatura. Las fechas de los exámenes finales se pueden consultar en la página web del Centro.

4.5.Bibliografía y recursos recomendados

Fernández, P. (2000): "Creación de valor para los accionistas", Ed. Gestión 2000. Bibliografía básica

Brealey, R.A. y Myers, S.C. (1993): "Fundamentos de financiación empresarial". McGraw Hill. Bibliografía complementaria

Brilman, J. y Maire, C. (1990): "Manual de valoración de empresas". Ediciones Díaz de Santos, S.A. Bibliografía complementaria

Hax, A.C. y Majluf, N.S. (1996): "The Strategy approach". Prentice Hall International Editions. Bibliografía complementaria

Strategor (1995): "Estrategia, estructura, decisión, identidad". Biblio Empresa. Bibliografía complementaria

Bond, S. y Cummins, J.G. (2000): "The Stock Market and Investment in the New Economy: Some Tangible Facts and Intangible Fictions", [Brookings Papers on Economic Activity](#), 1, 61-107.

61768 - Estrategia y valor de la empresa

Espitia Escuer, M.A. (1986): "El ratio "Q" como instrumento de análisis financiero". Revista española de financiación y contabilidad, 49, 133-156.