

GUIA DOCENTE

MÁSTER UNIVERSITARIO EN DATA ANALYTICS FOR BUSINESS

Edición 2

Curso 2024-2025

1. ASIGNATURA

- **Nombre:** *Estrategia y modelos de negocio*
- **Tipo de asignatura:** **Obligatoria**
- **Trimestre:** TERCERO
- **Créditos:** 3 ECTS
- **Idioma de docencia:** castellano
- **Coordinador de la asignatura:** Susana Domingo
- **Profesor de la asignatura:** Susana Domingo

2. PRESENTACIÓN DE LA ASIGNATURA

Esta asignatura dota a los estudiantes de las habilidades necesarias para comprender el proceso de formulación estratégica en el entorno empresarial. El curso incluye las metodologías y herramientas necesarias para interpretar y formular la estrategia de negocio.

A través de casos prácticos se analizará cómo las empresas obtienen y mantienen sus ventajas competitivas para poder competir y mantenerse en el mercado en un entorno turbulento como el actual (VUCA). Para el éxito de la empresa, la estrategia debe incluir y estar alineada con todos los departamentos y áreas funcionales de la organización. Asimismo, el propósito, la misión, visión y objetivos deben estar bien definidos y alineados con la estrategia de la empresa. La estrategia debe de considerar la ética empresarial y la sostenibilidad como elementos clave de futuro. Para el análisis de la organización y su entorno se utilizarán las herramientas y metodologías actuales. Se tratarán casos reales de empresas como base de la discusión en clase.

Objetivos de la asignatura

- Diagnosticar la situación estratégica de la empresa y modificar el diseño estratégico
- Analizar sectores o industrias y evaluar su rentabilidad potencial
- Implementar las variables de entorno económico en el análisis estratégico.
- Valorar las implicaciones estratégicas y funcionales de los procesos de cambio, así como de los procesos de innovación empresarial.
- Ética y sostenibilidad en los negocios.
- Impacto de la tecnología en la definición de los modelos de negocio.
- Análisis de riesgos empresariales.

Nuestro compromiso con el impacto social y el bienestar planetario se traduce en contenidos formativos alineados con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) previstos en la agenda 2030:



En la asignatura que nos ocupa, los ODS implicados son:

- ODS.4. Educación de Calidad
- ODS.8. Trabajo Decente y Crecimiento Económico

Contenidos

1. Introducción a la Dirección Estratégica. Gobernanza.
2. Entorno General: Técnicas de análisis del entorno: Análisis PESTELE, Grupos de interés, Escenarios.
3. Entorno Competitivo: Análisis estructural del entorno competitivo. Análisis de sectores. Grupos estratégicos. Análisis competencia.
4. Análisis Interno: Cadena de valor. Business Model Canvas. Estrategia competitiva. Estrategias corporativas
5. Innovación empresarial. Gap análisis. Riesgos empresariales

La asignatura dentro del plan de estudios

*Esta asignatura obligatoria/optativa se emmarca dentro de la materia 3. **Gestión de Proyectos. Project Management** del plan de estudios. Se realiza durante el **tercer trimestre**.*

Competencias/Resultados de aprendizaje

RA11. Mat 3. Identificará la lista de tareas necesarias para gestionar de modo excelente un proyecto data-driven.

RA12. Mat 3. Elaborará un discurso de presentación a un panel de inversores con una idea innovadora para cuya ejecución necesitará financiación.

RA13. Mat 3. Formulará la estrategia de negocio de un proyecto de analítica de datos.

RA14. Mat 3.1 Redactará un plan de gestión de un proyecto en el ámbito que elija utilizando las herramientas más vanguardistas de gestión de proyectos.

RA24. Mat 3. Identificará los aspectos éticos y legales correspondientes a un proyecto de analítica de datos.

3. PLAN DE APRENDIZAJE DE LA ASIGNATURA

Metodología docente

- Resolución de problemas
- Toma de decisiones
- Discusión de casos
- Análisis del entorno a través de metodologías.
- Ejemplos reales. Acudirá un ponente para explicarnos su experiencia emprendedora.

Horas de dedicación (horas lectivas + trabajo del alumno): 75

Evaluación (sistema de evaluación, sistema de cualificación...)

La asistencia a las sesiones es condición necesaria pero no suficiente para superar la asignatura.

La evaluación se centrará en el seguimiento continuado.

- 25% asistencia y participación en clase (casos, debates etc.)
- 35% la preparación por escrito de los casos
- 40% Proyecto basado en el entorno competitivo (documento final y presentaciones intermedias en clase)

Actividades formativas

*Información sobre las sesiones.

Primera sesión	Introducción a la Dirección Estratégica. Gobernanza.
Segunda sesión	Entorno General: Técnicas de análisis del entorno: Análisis PESTELE, Grupos de interés, Escenarios.
Tercera sesión	Entorno Competitivo: Análisis estructural del entorno competitivo. Análisis de sectores. Grupos estratégicos. Análisis competencia.
Cuarta sesión	Análisis Interno: Cadena de valor. Business Model Canvas. Estrategia competitiva. Estrategias corporativas
Quinta sesión	Innovación empresarial. Gap análisis. Riesgos empresariales
Sexta sesión	Presentaciones proyectos análisis estratégico.

4. PROFESORADO

Susana Domingo

- Doctora en Dirección y Organización de Empresas por la Universidad Politècnica de Catalunya
- Vicedecana de Transferencia de Conocimiento de la UPF- BSM
- Profesora-Investigadora de la UPF Barcelona School of Management
- Directora del EMBA
- Directora del Máster en Innovación, Estrategia y Emprendimiento.
- Directora programas in-company.
- Directora StartLab
- Profesora asociada del Departamento de Economía y Empresa de la Universidad Pompeu Fabra

5. BIBLIOGRAFIA *(obligatoria/ recomendada)*

- Johnson, G.; Scholes, K.; Whittington, R. (2023): Exploring Strategy (12th Edition). Pearson - Prentice-Hall International, United Kingdom.
- Grant, R.M. (2016): Contemporary Strategy Analysis (9th Edition), John Wiley & Sons, United Kingdom.
- Porter, M.E. (1987): VENTAJA COMPETITIVA; México: C.E.C.S.A.
- Thompson, A.R., & A.J. Strickland (2021): Crafting & Executing Strategy: The Quest for Competitive Advantage: Concepts and Cases, 23th edition. McGraw-Hill. US.
- Osterwalder, Alex y Pigneur, Y. (2014): Business Model Generation, Barcelona, Deusto, S.A Ediciones.
- Ries, Eric (2011): The Lean Startup. New York, Crown Business.
- Ries, Eric (2019): The Startup Way: How Modern Companies Use Entrepreneurial Management to Transform Culture and Drive Long-Term Growth. New York, Crown Business.
- Sun Tzu (1999). El arte de la guerra. Buenos Aires: Troquel Ediciones (ISBN: 9789501603637).
- Porter, Michael E. (2009). Estrategia competitiva: técnicas para el análisis de la empresa y sus competidores. Madrid: Editorial Deusto (ISBN: 9788436823387).
- Al Ries y Jack Trout (2002): Posicionamiento: la batalla por su mente. Mexico: Mc Graw-Hill (ISBN: 9789701036686).
- Mintzberg, Henry (1999): El proceso estratégico. Edición Europea. Prentice Hall.
- Chan, W y Mauborgne, Renée. (2015). La estrategia del océano azul. Barcelona, Profit
- On Business Innovation, HBR (2013)
- On Strategy, HBR (2011)
- On Business Model Innovation. HBR (2019)

Libros y lecturas complementarias:

- Kaplan, R. y Norton, D. The Execution Premium. Ediciones Deusto 2008
- Jacopin, Tanguy. Entreprise Structure and Organization. Gaia Program 2012
- Mintzberg, Henry. Of Strategies, Deliberate and Emergent Strategic Management Journal, Vol. 6, No. 3, (Jul. - Sep.,1985)
- Rosenzweig, Phil. What makes strategic decisions different. Harvard Business Review. Nov 2013
- Reeves, Martin, Love, Claire, Tillmanns, Philipp. Your strategy needs a strategy. Harvard Business Review. Oct 2012
- Bhattacharya, Arindam. Hemerling, Jim, Waltermann, Bernd. Competing for Advantage: How to Succeed in the New Global Reality. BCG 2010
- Pankal Ghemawat, Jan Rivki. La creación de una ventaja competitiva. HBS 1998
- Prensa: Forbes, The Economist, Bloomberg, Expansión, Harvard Deusto Review..)
- Revistas (Harvard Business Review, Business Strategy Review, Fast Company, ...) Mckinsey, Boston consulting group, CB Insight