



## ESTUDIO DE CASOS II

Guía docente 2026-27

### INTRODUCCIÓN

El objetivo de esta asignatura es proporcionar al estudiante una comprensión exhaustiva de cómo analizar casos empresariales y presentar su análisis de manera efectiva. Se hará hincapié en la presentación oral del análisis de casos y de las recomendaciones. Los estudiantes participarán en un formato de preparación y presentación de casos con un límite de tiempo.

El propósito del curso es desarrollar las habilidades de los estudiantes para resolver estudios de casos de empresas reales en equipos y mejorar sus habilidades de presentación. Este curso brindará a los estudiantes conocimientos fundamentales, habilidades y práctica en la preparación y presentación de estudios de casos para otras asignaturas y el mundo real (y posiblemente competiciones de casos). Este curso explorará formas de preparar mejor a los estudiantes para los estudios de casos, incluyendo el asesoramiento del profesor, el feedback en la preparación y presentación, el debate, las comunicaciones persuasivas y el trabajo interdisciplinario.

Los estudiantes adquirirán habilidades de presentación, liderazgo, trabajo en equipo, análisis y pensamiento lógico. La participación y la asistencia son esenciales para que este curso sea un éxito. Aprender de los demás y proporcionar retroalimentación son elementos de aprendizaje cruciales. La participación no consiste simplemente en "hablar". Aquí se debe enfatizar la calidad en lugar de la cantidad. Contribuir con ideas y experiencias valiosas, proporcionar feedback directo, hacer recomendaciones sólidas y plantear preguntas de alto valor son formas de participación de alta calidad.

Estudio de Casos II es una asignatura integral que profundiza en conceptos esenciales y técnicas analíticas destinadas a generar una ventaja sostenible en entornos altamente competitivos. El curso se centra en la perspectiva de los altos directivos que tienen la responsabilidad última del rendimiento general de su empresa o de una unidad de negocio específica dentro de la organización. Estos directivos deben poseer una comprensión profunda de los factores que impulsan el rendimiento actual de la empresa y ser capaces de identificar posibles cambios, tanto internos como externos, que puedan afectar negativamente al rendimiento futuro o presentar oportunidades de mejora.

Los directivos deben aprovechar los recursos de la empresa para desarrollar e implementar estrategias efectivas que les permitan prosperar en un nuevo entorno. Estas estrategias deben delinear el alcance de las actividades de la empresa, articular la lógica subyacente que impulsa un mejor rendimiento mediante estas actividades y resaltar las fortalezas únicas que distinguen a la empresa de sus competidores. Adquirir una comprensión sólida de los principios estratégicos no solo es crucial para los altos directivos, sino que también resulta de gran valor para consultores externos, auditores, analistas financieros y banqueros que participan en la evaluación y valoración de otras empresas.

#### Breve descripción:

- **Titulación:** ADE + Diploma Dirección de Empresas y Estrategia
- **Módulo/Materia:** Negocios
- **ECTS:** 3
- **Curso, semestre:** 2º curso, 2º semestre
- **Carácter:** obligatorio
- **Profesorado:** José Luis de Cea-Naharro, José Manuel Malmierca, María Galarza
- **Idioma:** Español



Universidad  
de Navarra

- **Aula:**
- **Horario:**

## RESULTADOS DE APRENDIZAJE (Competencias)

El contenido y el plan de estudios de Estudio de Casos II están estructurados para alcanzar los siguientes objetivos de aprendizaje:

- Desarrollar competencia en los conceptos, herramientas y marcos de trabajo de la estrategia empresarial.
- Desarrollar habilidades de recopilación de datos y análisis para identificar problemas y oportunidades estratégicas.
- Desarrollar habilidades de liderazgo y habilidades interpersonales como miembro de un equipo.
- Fomentar el pensamiento integrador sobre los conceptos aprendidos en otros cursos.
- Desarrollar habilidades de trabajo en equipo.
- Fomentar el pensamiento crítico.
- Desarrollar habilidades de resolución de problemas.
- Aprender a proporcionar retroalimentación significativa.

### COMPETENCIAS DE GRADO

CEOP7: Analizar las tendencias actuales en el diseño de objetivos y estrategias empresariales.

CEOP8: Desarrollar objetivos, estrategias y proyectos en el ámbito de la producción, logística y marketing.

CEOP9: Identificar las nuevas tendencias en el ámbito del marketing, las operaciones y los modelos de negocios.

CEOP10: Desarrollar casos prácticos que describan la estrategia de una empresa y los factores clave en la competitividad de las empresas.

## ACTIVIDADES FORMATIVAS

### 1 DISCUSIÓN DE CASOS

Los estudios de casos ofrecen la oportunidad de aplicar los conceptos aprendidos en otros cursos y desarrollar aún más la capacidad de pensar en decisiones estratégicas. Cuánto se aprenda de estos casos dependerá de la preparación previa de los estudiantes fuera de clase y de su participación activa en clase.

Por lo tanto, los estudiantes son responsables de estar completamente preparados para cada clase. Se espera que todos participen de manera efectiva en cada clase para comentar, cuestionar y analizar el reto presentado en el caso con las teorías de estrategia y los marcos conceptuales adecuados para cada reto.

Los alumnos deberán preparar el caso utilizando herramientas de Inteligencia Artificial. Antes de la sesión de discusión deberán entregar un informe, siguiendo la plantilla facilitada en ADI, en el que indicarán las preguntas formuladas a la herramienta de Inteligencia Artificial, las respuestas obtenidas y la valoración del alumno de las respuestas obtenidas.



Será imprescindible presentar el informe previo para poder obtener calificación en la discusión del caso. Asistir a la discusión del caso sin haber presentado el informe supondrá obtener un cero en la calificación de ese caso.

## 2 PRESENTACIONES EN EQUIPO

Los estudiantes serán agrupados en equipos. Se espera que no dediquen más de 3 horas a preparar una presentación en PowerPoint del caso asignado y que realicen una presentación ante el resto de la clase.

Estas presentaciones tendrán una duración de 10 minutos y serán evaluadas según los siguientes criterios:

- Integralidad
- Contribución directa y al punto
- Uso adecuado de marcos conceptuales y teóricos
- Estilo de presentación lógico, claro y atractivo

Otros estudiantes serán designados como jueces para cada sesión y tendrán la responsabilidad principal de refutar cada caso, junto con el instructor.

Se espera que todos los estudiantes hayan leído todos los casos asignados antes de la clase para que todos sean capaces de realizar una contribución positiva.

## 3 EVALUACIÓN ENTRE COMPAÑEROS DE EQUIPO

La evaluación entre compañeros de tu esfuerzo por parte de los miembros del grupo influirá en tus calificaciones individuales en la presentación final. La calificación se ajustará luego en función de la evaluación entre compañeros de los esfuerzos y contribuciones de cada miembro del grupo. Para la evaluación entre compañeros, a cada estudiante se le pedirá que distribuya 100 puntos entre los miembros del grupo (incluyéndose a sí mismo) y proporcione comentarios específicos sobre los esfuerzos y contribuciones de cada miembro del equipo.

## EVALUACIÓN

### CONVOCATORIA ORDINARIA

ACTIVIDAD	PESO (%)	DESCRIPCIÓN
Discusión de casos	40%	Evaluación de las ideas aportadas en clase, capacidad de argumentar y participar en discusiones grupales.
Presentaciones en equipo	30%	Análisis del caso presentado, calidad de las propuestas, integración de la IA y defensa de ideas.



Examen final	30%	Análisis individual detallado de un caso y propuesta de plan de acción con el uso de IA.
--------------	-----	--

## Discusiones de casos (40%)

- Preparación de los casos (40%):
  - Los estudiantes prepararán el caso utilizando las herramientas de Inteligencia Artificial (ChatGPT, Gemini, Perplexity, Claude, Grok...). Los estudiantes entregarán un informe, siguiendo la plantilla disponible en ADI, antes del inicio de la discusión del caso.
- Participación en las discusiones en clase (60%):
  - Criterios: Frecuencia y calidad de las intervenciones, argumentación lógica, respeto a las opiniones de otros.
  - Escala: 0 (asistir sin entrega de informe) o no asistir a clase), 1 (asistir sin participación) a 10 (aportaciones destacadas)

## Presentaciones en equipo (30%)

- Trabajo individual (50%)
  - Informe de preparación (25%): Los alumnos entregarán, antes de que inicie la sesión, un informe del análisis y propuesta del caso siguiendo la plantilla disponible en ADI.
  - Informe de reflexión (25%): Los estudiantes entregarán un informe valorando el proceso seguido en el trabajo en equipo, el uso de la IA y la contribución de sus compañeros.
- Presentaciones en grupo (50%)
  - Análisis del caso (15%): Claridad en el diagnóstico del reto y de los factores críticos.
  - Propuesta de plan de acción (15%): innovación, viabilidad e impacto de las soluciones.
  - Integración de IA (5%): uso relevante y efectivo de herramientas de IA.
  - Calidad de la presentación (15%): Estructura, claridad y habilidad comunicativa.

## Examen Final (30%)

Los estudiantes analizarán un caso de manera individual y entregarán un informe manuscrito siguiendo la misma estructura utilizada en los casos durante el curso. No se permitirá el uso de computadora, internet, inteligencia artificial ni ninguna otra ayuda externa.

- Análisis del caso (50%): Claridad en el diagnóstico del reto y de los factores críticos, así como del análisis cualitativo y cuantitativo.
- Propuesta de plan de acción (50%): innovación, viabilidad e impacto de las soluciones.

## CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA

Habrà un examen de recuperación en junio para los estudiantes que no aprueben el curso en mayo. Los estudiantes deberán analizar un caso de forma individual y presentar un informe manuscrito, con su análisis y propuesta, similar a los realizados durante el semestre y en el exàmen final de la convocatoria ordinaria,

## HORARIOS DE ATENCIÓN

Pueden solicitar cita escribiendo a [jlcea@unav.es](mailto:jlcea@unav.es)



Universidad  
de Navarra

## BIBLIOGRAFÍA

[Thanks for the feedback : the science and art of receiving feedback well \(even when it is off base, unfair, poorly delivered, and frankly, you're not in the mood\)](#)

Stone, Douglas, author New York : Penguin Books; 2015

[Cracked it! How to solve big problems and sell solutions like top strategy consultants](#)

Garrette, Bernard. author.

**Bulletproof Problem Solving: the one skill that changes everything.** Charles Conn and Robert McLean. Published by John Wiley & Sons, Inc.

[Beyond bullet points : using Microsoft PowerPoint to create presentations that inform, motivate and inspire](#)

Atkinson, Cliff

[Slide:ology : the art and science of creating great presentations](#)

Duarte, Nancy

**In the Line of Fire – How to Handle Tough Questions When It Counts.** Weissman, Jerry. Pearson Prentice Hall.

**TED Talks: The Official TED Guide to Public Speaking.** Anderson, Houghton ISBN: 0544664361 or 9780544664364

**The Minto Pyramid Principle: Logic in Thinking, Writing & Problem-solving.** Minto, Barbara.

**Six Thinking Hats.** Bono, Edward.

**Teach Yourself to Think.** Bono, Edward.

**Lateral Thinking.** Bono, Edward

**Case in Point.** Cosentino, Marc. Burgee Press. 2013

**Flawless Consulting.** Block, Peter