Universidad de Navarra

Estudios de casos II_20 (F. Económicas)

Guía docente 2023-24

INTRODUCCIóN

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

Estudio de Casos II es una asignatura integral que profundiza en conceptos esenciales y técnicas analíticas destinadas a crear 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 para prosperar en un nuevo entorno. Estas estrategias deben delinear el alcance de las actividades de la empresa, articular la lógica subyacente que impulsa un rendimiento mejorado a través de 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 tiene un valor significativo 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
- **Idioma**: Español

- **Aula, Horario**: Miércoles, de 10:00 a 12:00 (Aula 01 edificio Amigos), jueves de 10: 00 a 12:00 (Aula 11 edificio Amigos)
- Esta asignatura está concentrada en 6 semanas, del 6 de marzo al 25 de abril.

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.

PROGRAMA

FECHA	ACTIVIDAD
Marzo, 6	Sesión introductoria
Marzo, 7	Discusión de caso
Marzo, 13	Fiesta. Patrón de la Facultad

Marzo, 14	Case Competition
Marzo, 20	Discusión de caso
Marzo, 21	Case Competition
Abril, 10	Discusión de caso
Abril, 11	Case Competition
Abril, 17	Discusión de caso
Abril 18	Case Competition
Abril, 24	Case Competition
Abril, 25	Case Competition

ACTIVIDADES FORMATIVAS

1 CASE COMPETITIONS

Los estudiantes serán agrupados en equipos. Cada estudiante realizará 3 presentaciones en clase de casos asignados. Se espera que no dediquen más de 3 horas a preparar una presentación en PowerPoint del caso asignado y que realicen una presentación de 10 minutos 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.

Universidad de Navarra

2 FEEDBACK

Para cada rotación de presentaciones, los estudiantes que no estén presentando actuarán como jueces. La participación como jueces será evaluada por el profesor según la calidad de las preguntas realizadas por los estudiantes y la retroalimentación proporcionada a los equipos que presentan. Los estudiantes presentarán su "Hoja de Retroalimentación de Presentación" después de cada caso que evalúen.

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

4 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 problema bajo consideración con los principios de estrategia y los marcos conceptuales que los capturan.

EVALUACIÓN

CONVOCATORIA ORDINARIA

- Presentación en Case Competitions: 4 puntos (hasta 1.33 puntos x 3 presentaciones)
- Evaluación de compañeros de equipo: 1 punto (hasta 0.33 puntos x 3 evaluaciones)
- Evaluación como jueces: 1 punto (hasta 0.33 puntos x 3 evaluaciones)
- Resumen ejecutivo del caso y asistencia: 2 puntos (hasta 0.5 puntos x 4 informes)
- Discusión del caso: 2 puntos (hasta 0.5 puntos x 4 discusiones de casos)

CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA

Habrá 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 PowerPoint con su análisis y propuesta, similar a los realizados durante el semestre, junto con un informe que incluya tres de las lecturas sugeridas aplicadas a dos de los casos discutidos durante el semestre.

Universidad de Navarra

HORARIOS DE ATENCIÓN

Pueden solicitar cita escribiendo a jlcea@unav.es

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