26-27

GUÍA DE ESTUDIO PÚBLICA

CRECIMIENTO EMPRESARIAL

CÓDIGO 25503450

UNED

26-27

CRECIMIENTO EMPRESARIAL

CÓDIGO 25503450

ÍNDICE

PRESENTACIÓN Y CONTEXTUALIZACIÓN
REQUISITOS Y/O RECOMENDACIONES PARA CURSAR ESTA ASIGNATURA
EQUIPO DOCENTE
HORARIO DE ATENCIÓN AL ESTUDIANTE
COMPETENCIAS QUE ADQUIERE EL ESTUDIANTE
RESULTADOS DE APRENDIZAJE
CONTENIDOS
METODOLOGÍA
SISTEMA DE EVALUACIÓN
BIBLIOGRAFÍA BÁSICA
BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA
RECURSOS DE APOYO Y WEBGRAFÍA
IGUALDAD DE GÉNERO

Nombre de la asignatura	CRECIMIENTO EMPRESARIAL
Código	25503450
Curso académico	2026/2027
Título en que se imparte	MÁSTER UNIVERSITARIO EN INVESTIGACIÓN EN ECONOMÍA
Tipo	CONTENIDOS
Nº ETCS	5
Horas	125
Periodo	SEMESTRE 2
Idiomas en que se imparte	CASTELLANO

PRESENTACIÓN Y CONTEXTUALIZACIÓN

El módulo **Crecimiento Empresarial** tiene carácter optativo, consta de 5 créditos ECTS, equivalentes a 125 horas lectivas, y se imparte en el segundo semestre del Máster en Investigación en Economía.

El crecimiento empresarial es uno de los fenómenos estratégicos que está en el origen del desarrollo económico de los países y de las empresas, y es un tema de análisis de los estudios estratégicos. La dirección estratégica surge y se desarrolla como disciplina científica a medida que las empresas han ido creciendo y su organización se ha vuelto más compleja. Su campo de investigación abarca las distintas estrategias de crecimiento que se pueden perseguir, las formas que éste puede adoptar, y su influencia en el éxito o el logro de las ventajas competitivas.

Este módulo tiene por objeto desarrollar habilidades para abordar nuevas investigaciones, con una perspectiva amplia y multidisciplinar en el campo de la Economía y Administración y Dirección de Empresas, afianzando los conocimientos adquiridos en otras especialidades del Máster, de cara a conseguir una formación avanzada de carácter especializado y multidisciplinar.

El crecimiento empresarial es un tema muy versátil, que comprende muchos aspectos interrelacionados. Todos estos aspectos quedan clasificados en los siguientes apartados:

1. Las causas principales del crecimiento empresarial, así como los obstáculos que lo impiden;
2. Formas y medios de crecimiento empresarial;
3. Efectos visibles del crecimiento en la identidad de la empresa, la estrategia seguida y la situación de sus empleados.

La asignatura Crecimiento Empresarial está relacionada con otras del máster, entre las que destacan:

- Microeconomía,
- Economía, Tecnología e Innovación,
- Negocio Electrónico, y
- La Excelencia Empresarial.

REQUISITOS Y/O RECOMENDACIONES PARA CURSAR ESTA ASIGNATURA

Para cursar esta asignatura son recomendables conocimientos básicos de economía general y de economía de la empresa.

EQUIPO DOCENTE

Nombre y Apellidos	GREGORIO ESCALERA IZQUIERDO
Correo Electrónico	gescalera@cee.uned.es
Teléfono	91398-9232
Facultad	FAC.CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
Departamento	ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS

Nombre y Apellidos	VICTOR MANUEL MARTIN MARTINEZ (Coordinador/a de asignatura)
Correo Electrónico	vmmartin@cee.uned.es
Teléfono	91398-6444
Facultad	FAC.CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
Departamento	ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS

Nombre y Apellidos	MARIA DEL SAGRARIO ROMERO CUADRADO
Correo Electrónico	mromero@cee.uned.es
Teléfono	91398-6387
Facultad	FAC.CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
Departamento	ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS

HORARIO DE ATENCIÓN AL ESTUDIANTE

El alumno podrá consultar con el Equipo Docente cualquier detalle referido a la preparación de la asignatura que estime oportuno.
Para ello tendrá a su disposición el Curso Virtual, que constituye una modalidad de aprendizaje flexible que se adapta a la disponibilidad de cada estudiante, permitiendo compaginar estudios con trabajo o cualquier otra actividad.
Además de dicha plataforma virtual, los alumnos tendrán también a su disposición una tutoría semanal, para consultar sus dudas o recibir orientaciones sobre la materia. Las consultas se atenderán los **miércoles lectivos de 16 a 20 horas**. Los estudiantes podrán contactar con los miembros del equipo docente a través de las siguientes vías:

Teléfono:
91 398 64 44

Correo electrónico:
vmmartin@cee.uned.es

Dirección postal:
UNED
Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

Departamento de Organización de Empresas
Paseo Senda del Rey, 11
28040 Madrid

Atención presencial **(previa petición de cita)**:
Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales
Despacho 1.35

COMPETENCIAS QUE ADQUIERE EL ESTUDIANTE

COMPETENCIAS BÁSICAS

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 GENERALES

CG01 - Aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios

CG02 - Integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta y limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.

CG04 - Adquirir habilidades de aprendizaje que permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido y autónomo.

CG05 - Desarrollar el razonamiento crítico y la capacidad para realizar análisis y síntesis de la información disponible.

CG06 - Gestionar autónomamente y de forma autorregulada su trabajo.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

CE01 - Saber identificar las necesidades y demandas de los contextos en los que se exige la aplicación de herramientas metodológicas y aprender a proponer soluciones adecuadas.

CE02 - Desarrollar el razonamiento y pensamiento crítico y la capacidad para realizar análisis de la realidad económica.

CE03 - Preparar los datos para el análisis y aplicar los conocimientos teóricos adquiridos a la

práctica mediante la modelación económica, lo que implica conocer las diferentes herramientas de análisis así como su utilidad y aplicabilidad en cada contexto.
CE04 - Resolver problemas económicos en entornos nuevos o poco conocidos.
CE05 - Aprender a tomar decisiones y proponer soluciones apropiadas basándose en los modelos económicos estudiados.
CE06 - Manejar con soltura las Tecnologías de Innovación y Comunicación (TIC), aplicadas al área de Economía.
CE07 - Obtener información de forma efectiva lo que implica ser capaz de buscar, gestionar organizar y analizar la información bibliográfica relevante.
CE08 - Mantener un compromiso ético como investigador en la realización de trabajos.
CE09 - Adquirir habilidades para el inicio y desarrollo de la tesis doctoral.
CE10 - Desarrollar habilidades para evaluar la investigación proyectada por otros profesionales.
CE11 - Llegar a ser capaz de diseñar investigaciones propias en el ámbito del itinerario correspondiente.
CE12 - Conocer los principales modelos teóricos que subyacen en los diversos ámbitos específicos de la investigación.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

La preparación de esta materia debe ofrecer las bases para ser capaz de:
- Obtener información de forma efectiva y gestionar y analizar la misma con espíritu crítico;
- Conocer los diferentes desarrollos teóricos que explican el crecimiento empresarial desde una perspectiva económica;
- Fomentar la capacidad crítica de los alumnos, así como los hábitos de razonamiento económico;
- Aprender a analizar las diferentes formas de crecimiento empresarial aplicando técnicas económico-empresariales que puedan servir de guía para futuros análisis y toma de decisiones.

CONTENIDOS

Tema 1. El crecimiento empresarial. Metodología de análisis.

En este primer tema se hará una introducción a la asignatura, analizando todos aquellos factores que guardan relevancia de cara al crecimiento empresarial, tanto desde la perspectiva de la teoría económica, como desde el punto de vista de la dirección de empresas.
Los contenidos fundamentales de este tema serán el análisis de las tendencias en el crecimiento de las empresas, estudiando la evolución histórica de las mismas, así como de las razones por las que crecen las empresas.

Tras una aproximación teórica, se proponen diversos artículos para su contextualización en la realidad empresarial actual.

SUÁREZ GONZÁLEZ, Isabel: El análisis del crecimiento de la empresa desde la dirección estratégica.

Otras referencias de lectura obligatoria para este tema, que sin embargo no constituirán materia de examen de cara a la prueba presencial:

MASCONTAINER LOGISTICS AND TRADE NEWS: Estrategias de expansión eficiente para empresas del siglo XXI.

MESA, Julián: La nueva situación empresarial en el siglo XXI.

PICCOLI, Dayana: Las empresas del siglo XXI: tendencias, características y ventajas competitivas.

Tema 2. Las razones del crecimiento empresarial. Formas de crecimiento.

El segundo tema está orientado al estudio de diversas de las herramientas que se disponen en la política de empresa para el estudio del crecimiento.

Como contenidos fundamentales destacan la evolución histórica de la política de empresa, estudiando las principales matrices como herramienta de análisis del crecimiento de las empresas. Igualmente se estudiará cómo medir dicho crecimiento, fundamentalmente a través de la rentabilidad, y por último las distintas fases por las que pasa un sector en su senda de crecimiento.

BILBAO CALABUIG, Paloma, ESCUDERO GUIRADO, Carmen, MARTÍN MARTÍNEZ, Víctor Manuel y RODRÍGUEZ CARRASCO, José Manuel: *Política de Empresa y Estrategia*.

- Capítulo 1: Política de empresa o estrategia. Los fundamentos de una ciencia. Epígrafes “La era de los consultores” y “La era de la organización industrial”.
- Capítulo 2: Estrategia y medida.
- Capítulo 3: Evolución del sector.

Tema 3. Estrategias corporativas de crecimiento: internacionalización y diversificación.

Dentro de las distintas opciones que tienen las empresas para crecer, una de ellas es la internacionalización de sus negocios, y otra la diversificación de los mismos, estudiándose ambas en este tercer capítulo del programa.

Entre los contenidos fundamentales de este tema se encuentran las razones que tienen las empresas para decidir internacionalizarse, así como las opciones estratégicas a las que se enfrentan en dicho proceso, estudiándose igualmente las distintas formas de entrada en los

mercados exteriores. En relación con la diversificación, se estudiarán los motivos que pueden llevar a las empresas a optar por esta estrategia, así como los distintos tipos de diversificación a los que pueden enfrentarse.

BILBAO CALABUIG, Paloma, ESCUDERO GUIRADO, Carmen, MARTÍN MARTÍNEZ, Víctor Manuel y RODRÍGUEZ CARRASCO, José Manuel: *Política de Empresa y Estrategia*.
- Capítulo 7: Estrategias corporativas de crecimiento: Internacionalización y diversificación.

Tema 4. La estrategia de la empresa multinacional.

Profundizando en la estrategia de internacionalización, el tema cuatro estudia las características de las organizaciones que hayan optado por dicha estrategia.
Dentro de los contenidos fundamentales del tema se encuentran las distintas líneas de estudio de la empresa multinacional, así como el análisis estratégico de la misma, analizándose los distintos modelos organizativos por los que pueden optar estas empresas.

BILBAO CALABUIG, Paloma, ESCUDERO GUIRADO, Carmen, MARTÍN MARTÍNEZ, Víctor Manuel y RODRÍGUEZ CARRASCO, José Manuel: *Política de Empresa y Estrategia*.
- Capítulo 8: La estrategia de la empresa multinacional.

Tema 5. Tamaño empresarial en la Unión Europea y en España. Razones y soluciones.

El quinto tema hace una aproximación al entorno de las empresas que se están analizando en la asignatura, España y sus vecinos de la Unión Europea.
Partiendo de la casuística española, se verán las tendencias de crecimiento de las empresas en España en las últimas décadas, centrándose en aquellos sectores con más perspectivas de crecimiento futuro, sin olvidar que no solo se están analizando grandes empresas, sino también pequeñas y medianas empresas. Por último, se contextualiza la situación española dentro de la Unión Europea, comparando las estrategias y estructuras de las empresas españolas y las de otros países de la Unión.

ESCRIVÁ BELMONTE, José Luis y CARDOSO LECOURTOIS, Miguel: Reflexiones sobre los sectores de futuro en la economía española.
SÁNCHEZ BUENO, María José, GALÁN ZAZO, José Ignacio y SUÁREZ GONZÁLEZ, Isabel: Evolución de la estrategia y la estructura de la gran empresa española: Análisis comparado con la evidencia europea.

Otras referencias de lectura obligatoria para este tema, que sin embargo no constituirán materia de examen de cara a la prueba presencial:

CEPYME: Crecimiento Empresarial. Situación de las Pymes en España comparada con la de otros países europeos. Alternativas para facilitar el crecimiento de las pymes españolas.
CÍRCULO DE EMPRESARIOS: Crecimiento económico desde la perspectiva de la empresa española.

Tema 6. Las alianzas estratégicas como forma de crecimiento: la cooperación y la competitividad empresarial.

En el tema seis se aborda una de las mayores fuentes de crecimiento empresarial, como son las alianzas estratégicas.
Partiendo del concepto de alianza, se llega a otros contenidos fundamentales como son los distintos tipos de alianzas y la forma de preparar y ejecutar el gobierno de las mismas. Igualmente, y como introducción al siguiente capítulo, se estudian las cuestiones que son comunes o diferentes entre las alianzas estratégicas y las fusiones y adquisiciones de empresas.

BILBAO CALABUIG, Paloma, ESCUDERO GUIRADO, Carmen, MARTÍN MARTÍNEZ, Víctor Manuel y RODRÍGUEZ CARRASCO, José Manuel: *Política de Empresa y Estrategia*.
- Capítulo 9: La cooperación y la competitividad empresarial. Las alianzas estratégicas.

Tema 7. Análisis de las estrategias en fusiones y adquisiciones empresariales.

Este tema siete se enfrenta a una de las estrategias más comunes, pero a su vez más complejas de llevar a cabo, cuales son las fusiones y adquisiciones empresariales.
Partiendo de las definiciones conceptuales, se analizan los posibles motivos para llevar a cabo una estrategia tan complicada como esta, así como los requisitos generales para que la misma conduzca al éxito deseado, y no termine en un fracaso. Tampoco se olvida estudiar cómo deben actuar las empresas implicadas en la operación, así como la organización de la empresa resultante.

BILBAO CALABUIG, Paloma, ESCUDERO GUIRADO, Carmen, MARTÍN MARTÍNEZ, Víctor Manuel y RODRÍGUEZ CARRASCO, José Manuel: *Política de Empresa y Estrategia*.
- Capítulo 10: Las estrategias de fusión y adquisición.

Tema 8. Las técnicas de negociación de las alianzas, fusiones y adquisiciones.

El último capítulo es de aplicación en prácticamente todos los anteriores, pues en cualquiera de las operaciones estudiadas en el programa es imprescindible aplicar unas adecuadas técnicas de negociación.

Como no puede ser de otra forma, se parte de concepto de negociación y de sus elementos fundamentales, para analizar después la negociación como capacidad estratégica, muy especialmente en el contexto de las alianzas estratégicas y de las adquisiciones de empresas estudiadas en los capítulos anteriores.

BILBAO CALABUIG, Paloma, ESCUDERO GUIRADO, Carmen, MARTÍN MARTÍNEZ, Víctor Manuel y RODRÍGUEZ CARRASCO, José Manuel: *Política de Empresa y Estrategia*.
- Capítulo 11: Estrategia y negociación. Epígrafe "La negociación en las adquisiciones de empresas y en las alianzas estratégicas".

METODOLOGÍA

Las actividades se desarrollarán con la metodología a distancia propia de la UNED, que integra la enseñanza con la utilización de las TIC en el Campus Virtual, en sus diferentes posibilidades: documentación teórica, tutoría, videoconferencia, foros temáticos, grupos de trabajo, chat, correo electrónico y actividades de evaluación, que se concretan en las siguientes:

Trabajo autónomo:
a) Trabajo de carácter teórico:
- Lectura, estudio y análisis crítico de los materiales de la asignatura, con la metodología propia de la UNED, atendiendo a las recomendaciones que se incluyen más adelante;
- Asimilación de contenidos de las unidades didácticas y del material complementario;
- Estudio guiado de los temas propuestos, de cara a la preparación y realización de la prueba presencial final.
b) Trabajo de carácter práctico:
- Búsqueda de bibliografía para la elaboración de los trabajos;
- Elaboración de las actividades, comentarios y resolución de los ejercicios propuestos por el equipo docente.

Trabajo de interacción con los equipos docentes y tutores:
- Orientaciones y materiales de estudio propuestos por el equipo docente;
- Comunicación entre docentes y estudiantes para la resolución de dudas y en las actividades llevadas a cabo;
- Actividades y trabajo colaborativo en el Curso Virtual.

La metodología utilizada en la asignatura a lo largo del cuatrimestre plantea un desarrollo progresivo y paralelo de los contenidos teóricos y de la realización de actividades que permitan la aplicación de dichos contenidos a la práctica.
La forma recomendable de realizar la preparación de esta asignatura es la siguiente:
1. Lectura de los textos recomendados como bibliografía básica.
2. Realización de un esquema de cada uno de los temas, que permitan al alumno ordenar

los contenidos y con posterioridad poder recordarlos.
3. Sucesivas lecturas de los textos recomendados como bibliografía básica, que permitan ir completando con más contenidos el esquema previo que se había realizado de cada uno de los temas.
4. El objetivo principal de la asignatura es que el alumno entienda y retenga conceptos claros, a partir de los cuales pueda realizar argumentaciones económico-empresariales de forma autónoma.

Ejercicios de autoevaluación:
Al final de cada uno de los temas que se estudian con el texto básico de la asignatura figuran unas "Preguntas de Repaso", con las que el estudiante puede comprobar si ha asimilado todos los conocimientos de cada tema.

SISTEMA DE EVALUACIÓN

TIPO DE PRUEBA PRESENCIAL

Tipo de examen	Examen de desarrollo
Preguntas desarrollo	4
Duración del examen	120 (minutos)

Material permitido en el examen

Durante el examen se podrá utilizar como material auxiliar exclusivamente el **programa** de la asignatura.

Criterios de evaluación

El examen constará de dos partes: teórica y práctica:

*** La parte teórica, que constituirá el 80% de la calificación total del examen, comprenderá una prueba de ensayo. La prueba de ensayo consistirá en cuatro preguntas sobre epígrafes del programa. Los alumnos deberán contestar a tres de las cuatro preguntas propuestas, a su elección.**

*** La parte práctica, que constituirá el restante 20% de la calificación del examen, consistirá en un comentario sobre una noticia periodística relacionada con el crecimiento de una empresa.**

% del examen sobre la nota final	50
Nota del examen para aprobar sin PEC	
Nota máxima que aporta el examen a la calificación final sin PEC	
Nota mínima en el examen para sumar la PEC	4

Comentarios y observaciones

Los alumnos deberán contestar a las preguntas en las hojas de examen que les entregará el Tribunal de Pruebas Presenciales, en las que deberán cumplimentar todos los datos personales solicitados. No deben utilizarse para contestar las hojas del enunciado del examen. **No hay limitación de espacio** para contestar.

La Prueba Presencial es obligatoria.

Para aprobar la asignatura será necesario tener una calificación mínima de 4,0 (sobre 10,0) en la prueba presencial.

CARACTERÍSTICAS DE LA PRUEBA PRESENCIAL Y/O LOS TRABAJOS

Requiere Presencialidad: Si

Descripción

Prueba Presencial, requiere presencialidad.

Criterios de evaluación

Prueba Presencial: 50% de la calificación final.

Ponderación de la prueba presencial y/o los trabajos en la nota final: 50%

Fecha aproximada de entrega: Convocatoria ordinaria: Mayo/Junio - Convocatoria extraordinaria: Septiembre

Comentarios y observaciones

La comparecencia a la prueba presencial es **obligatoria** para poder aprobar la asignatura.

PRUEBAS DE EVALUACIÓN CONTINUA (PEC)

¿Hay PEC?: Si,PEC no presencial

Descripción

Realización, presentación y evaluación de un trabajo teórico-práctico, no requiere presencialidad.

Se elaborará un trabajo sobre el tema de la asignatura, con una extensión de entre 12 y 20 páginas. Previamente, y hasta el 1 de abril, se enviará por correo electrónico al equipo docente encargado de la asignatura el guion propuesto para el trabajo. Dicho guion tendrá aproximadamente cuatro o cinco líneas sobre el tema a desarrollar, más la bibliografía básica que se pretenda utilizar (tres o cuatro fuentes). Una vez aprobado por el equipo docente el guion del trabajo, se procederá por parte del alumno a la redacción del mismo, que se enviará por correo electrónico hasta el 13 de mayo a la dirección del equipo docente.

Criterios de evaluación

Trabajo teórico-práctico: 30% de la calificación final.

Ponderación de la PEC en la nota final: 30%

Fecha aproximada de entrega: Parte 1: 1 de abril - Parte 2: 13 de mayo

Comentarios y observaciones

La presentación del trabajo teórico-práctico será **obligatoria** para poder aprobar la asignatura.

La estructura del trabajo debe incluir los mínimos de cualquier trabajo académico, como son portada, índice, resumen / abstract, introducción, cuerpo del trabajo dividido en apartados, conclusiones, bibliografía y, en su caso, anexos.

La calificación de este trabajo se conservará para la convocatoria extraordinaria de septiembre, en el caso de que un/a estudiante presente el trabajo pero no pueda hacer el examen en convocatoria ordinaria. Las fechas de entrega son las mismas para ambas convocatorias, no hay fechas específicas de entrega para quienes decidan presentarse a la prueba presencial en la convocatoria extraordinaria.

OTRAS ACTIVIDADES EVALUABLES

¿Hay otra/s actividad/es evaluable/s? Si,no presencial

Descripción

1) Lectura con remisión de **2 resúmenes** elaborados por el alumno **de artículos** relacionados con el contenido de la asignatura, que deberán elegirse de entre los propuestos en la bibliografía complementaria, o bien eligiendo uno de los artículos de la bibliografía básica que no constituyen materia de examen.

2) Participación en el Campus Virtual (10%).

Criterios de evaluación

1) Uno de los resúmenes será remitido hasta el **1 de abril**, y el otro hasta el **13 de mayo**. Los resúmenes deberán remitirse **por correo electrónico**.

2) Se valorará positivamente la interacción con otros estudiantes en el Curso Virtual, planteando dudas y colaborando a la resolución de las planteadas por otros alumnos, así como proponiendo temas de actualidad e interés para debatir conjuntamente entre los matriculados en la asignatura, así como participando en los debates planteados.

Ponderación en la nota final	1) 10% (5% cada uno de los dos resúmenes) 2) 10% (participación en el Campus Virtual)
Fecha aproximada de entrega	Resumen 1: 1 de abril - Resumen 2: 13 de mayo
Comentarios y observaciones	

La presentación de los dos resúmenes de artículos **no** será **obligatoria** para poder aprobar la asignatura. Los alumnos que no entreguen uno o ambos resúmenes, podrán no obstante entregar el trabajo obligatorio y presentarse a la prueba presencial, debiendo tener en cuenta que los resúmenes no presentados puntuarán con la calificación *cero* en la nota final.

Se valorará la participación activa de los alumnos en el Campus Virtual de la asignatura, los alumnos participen poco o nada verán este hecho reflejado en este 10% de la calificación final.

Las calificaciones de este apartado se conservarán para la convocatoria extraordinaria de septiembre, en el caso de que un/a estudiante presente los resúmenes y/o participe en el Campus Virtual, pero no pueda hacer el examen en convocatoria ordinaria. Las fechas de entrega de los resúmenes son las mismas para ambas convocatorias, no hay fechas específicas de entrega para quienes decidan presentarse a la prueba presencial en la convocatoria extraordinaria. La participación en el Campus Virtual se tendrá en cuenta hasta el momento de realización de la prueba presencial, ya sea en convocatoria ordinaria o extraordinaria.

¿CÓMO SE OBTIENE LA NOTA FINAL?

La asignatura se considerará aprobada cuando el alumno haya obtenido una calificación final igual o superior a 5,0, con esta composición:
Prueba Presencial (50%). La Prueba Presencial es obligatoria.
PEC/Trabajo teórico-práctico (30%). La presentación del trabajo teórico-práctico será obligatoria para poder aprobar la asignatura.
Dos resúmenes de artículos de la bibliografía complementaria (5% + 5% = 10%). La presentación de los dos resúmenes no será obligatoria.
Participación en el Campus Virtual (10%). La participación en el Campus Virtual no será obligatoria.

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

ISBN(13): 9788479914936
Título: POLÍTICA DE EMPRESA Y ESTRATEGIA 4 edición
Autor/es: Rodríguez Carrasco, José Manuel; Martín Martínez, Víctor Manuel; Escudero Guirado, Carmen; Bilbao Calabuig, Paloma
Editorial: UNED - Universitas

La bibliografía básica es de lectura y estudio obligatorios, para cada uno de los temas en los que se hace referencia a la misma. En el caso del texto básico “Política de Empresa y Estrategia”, solo son de lectura obligatoria los capítulos o apartados a los que expresamente se hace referencia en el contenido de cada uno de los temas que componen el programa de la asignatura.

BILBAO CALABUIG, Paloma, ESCUDERO GUIRADO, Carmen, MARTÍN MARTÍNEZ, Víctor Manuel y RODRÍGUEZ CARRASCO, José Manuel: *Política de Empresa y Estrategia (4ª edición).* Universitas, Madrid, 2018.

CEPYME: *Crecimiento Empresarial. Situación de las Pymes en España comparada con la de otros países europeos. Alternativas para facilitar el crecimiento de las pymes españolas*, Enero de 2025.

CÍRCULO DE EMPRESARIOS: *Crecimiento económico desde la perspectiva de la empresa española*, Madrid, 27 de febrero de 2013 [en línea]. Disponible en: https://circulodeempresarios.org.

ESCRIVÁ BELMONTE, José Luis y CARDOSO LECOURTOIS, Miguel: Reflexiones sobre los sectores de futuro en la economía española. *Cuadernos de Información Económica*, núm. 219, Noviembre-Diciembre 2010, p. 41-52.

MASCONTAINER LOGISTICS AND TRADE NEWS: *Estrategias de expansión eficiente para empresas del siglo XXI*, 20 de septiembre de 2024 [en línea]. Disponible en: https://mascontainer.com/estrategias-de-expansion-eficiente-para-empresas-del-siglo-xxi/

MESA, Julián: *La nueva situación empresarial en el siglo XXI*, 23 de noviembre de 2023 [en línea]. Disponible en: https://grupo-pya.com/la-nueva-situacion-empresarial-en-el-siglo-xxi/

PICCOLI, Dayana: *Las empresas del siglo XXI: tendencias, características y ventajas competitivas*, 17 de mayo de 2022 [en línea]. Disponible en: https://www.linksoluciones.com/actualidad/blog/gestion-empresarial/las-empresas-del-siglo-xxi/

SÁNCHEZ BUENO, María José, GALÁN ZAZO, José Ignacio y SUÁREZ GONZÁLEZ, Isabel: Evolución de la estrategia y la estructura de la gran empresa española: Análisis comparado con la evidencia europea. *Universia Business Review*, núm. 11, Tercer Trimestre de 2006, p. 22-35.

SUÁREZ GONZÁLEZ, Isabel: El análisis del crecimiento de la empresa desde la dirección estratégica. *Papeles de Economía Española*, núm. 78-79, 1999, p. 78-100. Disponible también en: GARRIDO BUJ, Santiago y RODRÍGUEZ CARRASCO, José Manuel: *Estrategia y Política de Empresa. Lecturas*. Pirámide, Madrid, 2005, p. 103-140.

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

La bibliografía complementaria no es de lectura obligatoria, se trata de referencias para ampliar conocimientos, así como para realizar dos de las pruebas propuestas, pues se podrán resumir dos de los artículos incluidos en la misma (aquellos estudiantes que deseen realizar dichos resúmenes sí deberán leer, al menos, dos de los artículos aquí referenciados).

AGRAWAL, A., JAFFE, J. F. y MANDELKER, G. N.: The Post-merger Performance of Acquiring Firms: a Re-examination of an Anomaly. *Journal of Finance*, vol. 47, núm. 4, 1992, p. 1605-1621.

AGUILERA CASTRO, Adriana y PUERTO BECERRA, Doria Patricia: Crecimiento empresarial basado en la Responsabilidad Social. *Pensamiento y Gestión*, Universidad del Norte, Barranquilla, Colombia, núm. 32, Enero-Junio 2012, p. 1-26. Disponible en: httpss://www.redalyc.org/articulo.oa?id=64623932002

ANSOFF, Igor: *La estrategia de la empresa*. EUNSA, Pamplona, 1976.

ARIÑO, África y MONTES, Juan Sebastián: Alianzas estratégicas: gobernando la relación entre los socios. *Revista ICADE*, núm. 48, Septiembre-Diciembre 1999, p. 13-25.

BAGHAI, Mehrdad, SMIT, Sven y VIGUERIE, S. Patrick: *The granularity of growth*, Mayo de 2007 [en línea]. Disponible en: https://www.mckinsey.com/insights/growth/the_granularity_of_growth?cid=other-eml-cls-mip-mck-oth-1501.

BARTLETT, Christopher A. y GHOSHAL, Sumantra: *La empresa sin fronteras*. McGraw-Hill, Madrid, 1991.

CALVO SILVOSA, Anxo Ramón y MARIZ PÉREZ, Rosa María: La Estrategia de Crecimiento Empresarial: Una Visión desde la Teoría de los Costes de Transacción. En: *La gestión de la diversidad: XIII Congreso Nacional, IX Congreso Hispano-Francés*, Logroño (La Rioja), 16, 17 y 18 de junio, 1999 / Coord. Por Juan Carlos Ayala Calvo, Vol. 2, 1999, págs. 665-670.

CANALS, Jordi: Crecimiento empresarial: Personas y Tecnología en la nueva Economía. *Revista Empresa y Humanismo*, Instituto Empresa y Humanismo, Universidad de Navarra, vol. II, núm. 2, 2000, p. 337-370.

CEPYME: *Crecimiento Empresarial. Situación de las Pymes en España comparada con la de otros países europeos. Alternativas para facilitar el crecimiento de las pymes españolas*, Diciembre de 2022.

CHANDLER, Alfred: *Strategy and Structure*. The MIT Press, Cambridge, Mass, 1962.

CHRISTENSEN, Clayton M. et alii: The New M&A Playbook. *Harvard Business Review*, Marzo 2011, p. 48-57.

CLAVER CORTÉS, E. y QUER RAMÓN, D.: La Dirección Estratégica de la Internacionalización de la Empresa: Propuesta de un Marco Teórico Integrador. *Información Comercial Española*, núm. 794, 2001, p. 37-59.

COTEC: *Informe COTEC. Tecnología e Innovación en España*. Fundación COTEC para la Innovación Tecnológica, Madrid, 2004.

COTEC: *Libro Blanco. El Sistema Español de Innovación. Situación en 2004.* Fundación COTEC para la Innovación Tecnológica, Madrid, 2004.

COTEC: *Libro Blanco. Las relaciones en el sistema español de innovación.* Fundación COTEC para la Innovación Tecnológica, Madrid, 2007.
CUADRADO ROURA, Juan R.: El problema de la productividad española. *Cuadernos de Información Económica*, núm. 227, Marzo-Abril 2012, p. 41-48.
CUADRADO ROURA, Juan R. y MAROTO SÁNCHEZ, Andrés: Productividad: Factor clave para el crecimiento sostenido y la competitividad. En: CUADRADO ROURA, Juan R. y MAROTO SÁNCHEZ, Andrés: El problema de la productividad en España: Causas estructurales, cíclicas y sectoriales, Capítulo 2. Funcas, Madrid, 2012, p. 43-75.
DURÁN HERRERA, Juan José: *Estrategia y Economía de la Empresa Multinacional*. Pirámide, Madrid, 2001.
DURÁN HERRERA, Juan José: La geografía de la empresa multinacional española. *Boletín de estudios Económicos*, núm. 193, Abril 2008, p. 17-44.
DURÁN HERRERA, Juan José: Estructura geográfica de las empresas multinacionales. *Revista de Contabilidad y Dirección*, núm. 18, 2014, p. 109-133.
DYER, Jeffrey H., KALE, Prashant y SINGH, Harbir: When to ally and when to acquire. *Harvard Business Review*, núm. 7/8, vol. 82, 2004, p. 108-116.
ESCORSA CASTELLS, P. y VALLS PASOLA, J.: Tecnología e Innovación en la Empresa. *Dirección y Gestión*, Universitat Politècnica de Catalunya, Barcelona, 1997.
FERNÁNDEZ SÁNCHEZ, E.: Formas de Apropiación de las Ganancias de una Innovación. *Universia Business Review*, núm. 1, 2004, p. 70-81.
FORCADELL, Francisco Javier: El crecimiento empresarial desde el enfoque basado en los recursos. Hacia un modelo integrador. *Documentos de Trabajo "Nuevas Tendencias en Dirección de Empresas"*, Documento de Trabajo número 12/04, Universidad de Valladolid, Enero de 2004.
GARCÍA CANAL, Esteban, LÓPEZ DUARTE, Cristina, RIALP CRIADO, Josep y VALDÉS LLANEZA, Ana: Ampliando el ámbito geográfico de la empresa a través de alianzas. Una tipología de estrategias cooperativas. *Revista ICADE*, núm. 48, Septiembre-Diciembre 1999, p. 289-305.
GARCÍA ECHEVARRÍA, Santiago: Incidencia del proceso educativo y de los valores humanos en la productividad laboral. *Conferencias y Trabajos de Investigación del Instituto de Dirección y Organización de Empresas*, núm. 346, Alcalá de Henares, Noviembre de 2012.
GARCÍA-OCHOA y MAYOR, Mónica: Redes de alianzas: el nuevo paradigma organizativo. *Revista ICADE*, núm. 48, Septiembre-Diciembre 1999, p. 119-131.
GHEMAWAT, P.: Distance Still Matters. The Hard Reality of Global Expansion. *Harvard Business Review*, núm. 79, (8), 2001, p. 137-147.
GOMES-CASSERES, Benjamin: *The Alliance Revolution*. Harvard University Press, Cambridge, 1997.

GOPINATH, C.: When acquisitions go awry: pitfalls in executing corporate strategy. *Journal of Business Strategy*, vol. 24, núm. 5, 2003, p. 22-26.

GORDO MORA, Esther, MARTÍN MACHUCA, César y TELLO CASAS, Patry: Internacionalización de las Empresas no Financieras mediante Inversión Exterior Directa. *Papeles de Economía Española*, núm. 116, 2008, p. 203-219.

GUILLÉN, Mauro F.: *El auge de la empresa multinacional española.* Marcial Pons, Madrid, 2006.

HARRIGAN, K. D.: Formulating Vertical Integration Strategies. *Academy of Management Review*, núm. 9, (4), 1984, p. 638-652.

HERRMANN, Katharina, KOMM, Asmus y SMIT, Sven: *Do you have the right leaders for your growth strategies?*, Julio de 2011 [en línea]. Disponible en: https://www.mckinsey.com/insights/leading_in_the_21st_century/do_you_have_the_right_leaders_for_your_growth_strategies?cid=other-eml-cls-mip-mck-oth-1501.

HITT, M. A., HARRISON, J. S. y IRELAND, R. D.: *Mergers &Acquisitions. A Guide to Creating Value for Stakeholders*. Oxford University Press, Nueva York, 2001.

JARILLO MOSSI, J. C. y MARTÍNEZ ECHEZÁRRAGA, J.: *Estrategia Internacional. Más Allá de la Exportación*. McGraw-Hill, Madrid, 1991.

JOHANSON, J. y VAHLNE, J. E.: The Internationalization Process of the Firm. A Model of Knowledge Development and Increasing Foreign Market Commitments. *Journal of International Business Studies*, núm. 8, (1), 1977, p. 23-32.

JOHANSON, J. y WIEDERSHEIM-PAUL, F.: The Internationalization of the Firm. Four Swedish Cases. *Journal of Management Studies*, núm. 12, (3), 1975, p. 305-322.

KANG, Nam-Hoon y SAKARI, Kentaro: International Strategic Alliances: Their Role in Industrial Globalization. *STI Working Paper*, OCDE, París, 2000.

KRISHNAN, R. A., JOSHI, S. y KRISHNAN, H.: The Influence of Mergers on Firms' Product-Mix Strategies. *Strategic Management Journal*, vol. 25, núm. 6, 2004, p. 587-611.

MAROTO ACÍN, Juan Antonio: Las PYME españolas. Caracterización en el marco de la Unión Europea y estudio descriptivo y exploratorio por comunidades autónomas (1998-2001). *Papeles de Economía Española*, núm. 100, vol. II, 2004, p. 163-185.

McGAHAN, Anita M.: How Industries Change. *Harvard Business Review*, Octubre 2004, p. 86-100.

MELGAREJO, Zuray, CIRO, Diana y SIMÓN ELORZ, Katrin: Determinantes clave en el debate teórico sobre crecimiento empresarial. *Criterio Libre*, Bogotá, Colombia, vol. 17, núm. 31, Julio-Diciembre 2019, p. 273-296.

MENÉNDEZ ALONSO, E. y GÓMEZ ANSÓN, S.: La Estrategia de Diversificación Empresarial: Creación o Destrucción de Riqueza. *Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa*, núm. 7, Septiembre-Diciembre 2000, p. 383-400.

MONTGOMERY, C.A.: The Measurement of Firm Diversification: Some New Empirical Evidence. *Academy of Management Journal*, núm. 25, (2), 1982, p. 299-307.

NOLOP, Bruce: Rules to acquire by. *Harvard Business Review*, Septiembre 2007, p. 129-146.

OHMAE, Kenichi: The Global Logic of Strategic Alliances. *Harvard Business Review*, núm. 2, vol. 67, 1989, p. 143-155.

PENSROSE, Edith T.: *The Theory of Growth of the Firm*. Wiley, Nueva York, 1959.

PLA BARBER, José y COBOS CABALLERO, Ángela: La empresa multinacional y el modelo transnacional. *Revista ICADE*, núm. 54, Septiembre-Diciembre 2001, p. 53-77.

PORTER, Michael E.: Changing Patterns of International Competition. *California Management Review*, núm. 28, (2), 1986, p. 9-40. Disponible en castellano: PORTER, Michael. E.: La Competencia en las Industrias Globales. *Información Comercial Española*, núm. 658, 1988, p. 71-100.

PORTER, Michael E.: *La ventaja competitiva de las naciones*. Plaza&Janés, Barcelona, 1991.

PUERTO BECERRA, Doria Patricia: La globalización y el crecimiento empresarial a través de estrategias de internacionalización. *Pensamiento y Gestión*, Universidad del Norte, Barranquilla, Colombia, núm. 28, Enero-Junio 2010, p. 171-195. Disponible en: httpss://www.redalyc.org/articulo.oa?id=64615176009

REHN, Olli: The conditions for new growth in Europe. *European Commission, European Forum Alpbach*, Austria, 29 Agosto 2013.

RÍOS SASTRE, Susana de los: Convergencia empresarial en la Unión Europea analizada a través del proyecto BACH (1990-1997). Revista ICADE, núm. 52, Enero-Abril 2001, p. 319-323.

RÍOS SASTRE, Susana de los: Modos de financiación de las empresas de la Unión Económica y Monetaria. Revista ICADE, núm. 56, Mayo-Agosto 2002, p. 125-141.

RÍOS SASTRE, Susana de los y RODRÍGUEZ CARRASCO, José Manuel: Los modelos de financiación en Europa. Evidencia empírica del Proyecto BACH. *Revista ICADE*, núm. 65, Mayo-Agosto 2005, p. 225-248.

RODRÍGUEZ VÉLEZ, Patricia y SALAZAR VALENCIA, Paola Andrea: El crecimiento empresarial una herramienta fundamental para la reducción de la pobreza. *Revista Clío América*, vol. 9, núm. 17, Enero-Junio 2015, p. 77-84. Disponible en: httpss://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5139908.pdf

SMIT, Sven, THOMPSON, Caroline M. y VIGUERIE, S. Patrick: *The do-or-die struggle for growth*, Agosto de 2005 [en línea]. Disponible en: https://www.mckinsey.com/insights/growth/the_do-or-die_struggle_for_growth?cid=other-eml-cls-mip-mck-oth-1501.

UNCTAD (United Nations Conference on Trade and Development): *World Investment Report 2008*. Naciones Unidas, Nueva York, 2008.
UTTERBACK, James M.: *Dinámica de la innovación tecnológica*. Cotec, Madrid, 2001.
WORLD ECONOMIC FORUM: *Global Competitiveness Report 2009,* Chapter 1.2., 2009 [en línea]. Disponible en: https://www3.weforum.org.
WORLD ECONOMIC FORUM, in collaboration with The Boston Consulting Group: *Redefining the Future of Growth: The New Sustainability Champions.* Cologny/Ginebra, 2011 [en línea]. Disponible en: https://www3.weforum.org.
YOSHINO, Michael Y. y RANGAN, Srinivasa, U.: *Las alianzas estratégicas: Un enfoque empresarial a la globalización*. Ariel, Madrid, 1996.

Consulta de revistas y otros medios:
Academy of Management Journal;
Forum for Growth and Innovation at Harvard Business School;
Harvard Business Deusto;
Harvard Business Review;
Strategic Management Review;
Universia Business Review;
World Economic Forum: https://www3.weforum.org;
www.wharton.Universia.net;
Bases de datos de la UNED.

RECURSOS DE APOYO Y WEBGRAFÍA

Además de la bibliografía básica y complementaria, el recurso de apoyo fundamental con el que cuenta la asignatura es el **Curso Virtual**, dentro del cual el estudiante dispone del conjunto de herramientas que ofrece esta plataforma, entre las que se encuentran:

a) La **Guía de Estudio**, con orientaciones didácticas y metodológicas;
b) El **Foro de Debate**, atendido por el equipo docente que imparte la asignatura y en que pueden participar los alumnos con sus consultas y comentarios.

La plataforma virtual permite también la comunicación entre los propios alumnos que estudian a distancia, lo que les permite un aprendizaje colaborativo y la consecución de objetivos comunes y compartidos por ellos.

El **Correo Electrónico**, para que el alumno pueda tener una respuesta privada y personalizada a sus dudas, así como el **Teléfono**, que favorece el intercambio de opiniones directo e inmediato, son igualmente recursos disponibles para el alumno.

Por último, el estudiante cuenta igualmente con los **recursos generales de la UNED**, como

son el acceso a la biblioteca y a la mediateca o los medios audiovisuales (programación de radio y televisión educativa, a través de www.canal.uned.es).

IGUALDAD DE GÉNERO

En coherencia con el valor asumido de la igualdad de género, todas las denominaciones que en esta Guía hacen referencia a órganos de gobierno unipersonales, de representación, o miembros de la comunidad universitaria y se efectúan en género masculino, cuando no se hayan sustituido por términos genéricos, se entenderán hechas indistintamente en género femenino o masculino, según el sexo del titular que los desempeñe.