

17-18

MÁSTER UNIVERSITARIO EN  
INVESTIGACIÓN EN ECONOMÍA

# GUÍA DE ESTUDIO PÚBLICA



## CRECIMIENTO EMPRESARIAL

CÓDIGO 25503450



Ámbito: GUJ - La autenticidad, validez e integridad de este documento puede ser verificada mediante el "Código Seguro de Verificación (CSV)" en la dirección <https://sede.uned.es/valida/>



B9D09F0D1FCC75DF59C718E14C37C9B

# 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                              |  |



|                           |                                                   |
|---------------------------|---------------------------------------------------|
| Nombre de la asignatura   | CRECIMIENTO EMPRESARIAL                           |
| Código                    | 25503450                                          |
| Curso académico           | 2017/2018                                         |
| Títulos en que se imparte | MÁSTER UNIVERSITARIO EN INVESTIGACIÓN EN ECONOMÍA |
| Tipo                      | CONTENIDOS                                        |
| Nº ETCS                   | 5                                                 |
| Horas                     | 125.0                                             |
| Periodo                   | SEMESTRE 2                                        |
| Idiomas en que se imparte | CASTELLANO                                        |

## PRESENTACIÓN Y CONTEXTUALIZACIÓN

El módulo **Crecimiento Empres** 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, concretamente dentro del Itinerario de Economía Empres. El crecimiento empres 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.

Con estos aspectos se pretende garantizar la adquisición de competencias genéricas de carácter transversal, al afianzar los conocimientos adquiridos en otras especialidades del Máster, así como de las competencias específicas necesarias para conseguir una formación avanzada de carácter especializado y multidisciplinar, orientada a la especialización académica.

Entre las competencias genéricas transversales cabe destacar la aplicación de los conocimientos adquiridos, la capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios, la adquisición de habilidades de aprendizaje, el desarrollo de un razonamiento crítico, la capacidad para realizar análisis y síntesis de la información disponible, o la gestión del trabajo de forma autónoma y autorregulada.

Entre las competencias específicas pueden señalarse la identificación de necesidades y demandas en distintos contextos, el desarrollo del razonamiento y pensamiento crítico, la capacidad para realizar análisis de la realidad empres, o la capacidad de tomar decisiones y proponer soluciones apropiadas basándose en los conocimientos adquiridos.



## 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  
Correo Electrónico  
Teléfono  
Facultad  
Departamento

GREGORIO ESCALERA IZQUIERDO  
gescalera@cee.uned.es  
91398-9232  
FAC.CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES  
ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS

Nombre y Apellidos  
Correo Electrónico  
Teléfono  
Facultad  
Departamento

VICTOR MANUEL MARTIN MARTINEZ  
vmmartin@cee.uned.es  
91398-6444  
FAC.CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES  
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.

El equipo docente contará con el apoyo del Colaborador Honorífico D. José Manuel Rodríguez Carrasco, Catedrático Emérito de Organización de Empresas.

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 una tutoría presencial semanal de cuatro horas, a la que podrán acudir o llamar 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 Empresas  
Departamento de Organización de Empresas



Paseo Senda del Rey, 11  
28040 Madrid

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

## COMPETENCIAS QUE ADQUIERE EL ESTUDIANTE

## 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 empres 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 empres aplicando técnicas económico empres que puedan servir de guía para futuros análisis y toma de decisiones.

## CONTENIDOS

## 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.

El reparto de las horas del trabajo del estudiante que representan los ECTS es el siguiente: 80% para el trabajo autónomo, correspondiente a 100 horas lectivas, y 20% para el correspondiente a la interacción con equipos docentes y tutores, equivalentes a 25 horas lectivas.

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.

## SISTEMA DE EVALUACIÓN

## BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

ISBN(13):9788479914059

Título:POLÍTICA DE EMPRESA Y ESTRATEGIA (3)

Autor/es:Rodríguez Carrasco, José Manuel ; Escudero Guirado, Carmen ; Bilbao Calabuig, Paloma ;

Editorial:UNIVERSITAS

BILBAO CALABUIG, Paloma, ESCUDERO GUIRADO, Carmen y RODRÍGUEZ CARRASCO, José Manuel: *Política de Empresa y Estrategia (3ª edición)*. Universitas, Madrid, 2013.

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



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

<http://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.

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.

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.

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

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.

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:

[http://www.mckinsey.com/insights/growth/the\\_granularity\\_of\\_growth?cid=other-eml-clc-mip-mck-oth-1501](http://www.mckinsey.com/insights/growth/the_granularity_of_growth?cid=other-eml-clc-mip-mck-oth-1501).

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

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

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.

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.

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.



- 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: [http://www.mckinsey.com/insights/leading\\_in\\_the\\_21st\\_century/do\\_you\\_have\\_the\\_right\\_leaders\\_for\\_your\\_growth\\_strategies?cid=other-eml-clc-mip-mck-oth-1501](http://www.mckinsey.com/insights/leading_in_the_21st_century/do_you_have_the_right_leaders_for_your_growth_strategies?cid=other-eml-clc-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.
- MCGAHAN, Anita M.: How Industries Change. *Harvard Business Review*, Octubre 2004, p. 86-100.
- 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.

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

RÍOS SASTRE, Susana de los: Convergencia empres 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.

SMIT, Sven, THOMPSON, Caroline M. y VIGUERIE, S. Patrick: *The do-or-die struggle for growth*, Agosto de 2005 [en línea]. Disponible en:

[http://www.mckinsey.com/insights/growth/the\\_do-or-die\\_struggle\\_for\\_growth?cid=other-eml-clc-mip-mck-oth-1501](http://www.mckinsey.com/insights/growth/the_do-or-die_struggle_for_growth?cid=other-eml-clc-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: <http://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: <http://www3.weforum.org>.

YOSHINO, Michael Y. y RANGAN, Srinivasa, U.: *Las alianzas estratégicas: Un enfoque empres 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: <http://www3.weforum.org>;

[www.wharton.Universia.net](http://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) El **Módulo de Contenidos**, 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;
- c) El **Correo Electrónico**, para que el alumno pueda tener una respuesta privada y personalizada a sus dudas.

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.

La **entrevista personal** concertada y la comunicación a través del **teléfono**, que favorecen el intercambio de opiniones directo e inmediato, pueden ser también a veces un recurso muy eficaz. Asimismo, el sistema tradicional escrito (**correo postal**) es una vía que también se puede utilizar.

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.canaluned.com](http://www.canaluned.com)).

---

## 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 hayan sido sustituido por términos genéricos, se entenderán hechas indistintamente en género femenino o masculino, según el sexo del titular que los desempeñe.

