



# UNIVERSIDAD DE CASTILLA - LA MANCHA

## GUÍA DOCENTE

### 1. DATOS GENERALES

**Asignatura:** ASPECTOS ESTRATÉGICOS EN LA GESTIÓN DE NUEVOS NEGOCIOS

**Código:** 310778

**Tipología:** OBLIGATORIA

**Créditos ECTS:** 6

**Grado:** 2341 - MASTER UNIVERSITARIO EN INICIATIVA EMPRESARIAL:  
ANÁLISIS Y ESTRATEGIAS

**Curso académico:** 2019-20

**Centro:** 403 - FTAD. DERECHO Y CC. SOC. DE CIUDAD REAL

**Grupo(s):** 20

**Curso:** Sin asignar

**Duración:** Primer cuatrimestre

**Lengua principal de impartición:** Español

**Segunda lengua:** Inglés

**Uso docente de otras lenguas:**

**English Friendly:** S

**Página web:** <http://mumie.masteruniversitario.uclm.es>

**Bilingüe:** N

Profesor: <b>MARIO JAVIER DONATE MANZANARES - Grupo(s): 20</b>				
Edificio/Despacho	Departamento	Teléfono	Correo electrónico	Horario de tutoría
Facultad de Derecho y Ciencias Sociales, módulo d, desp. 2	ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS	926295300; Ext. 6323	mariojavier.donate@uclm.es	Jueves 11:00-14:00 Viernes: 10:00-13:00

### 2. REQUISITOS PREVIOS

Es recomendable que el estudiante haya cursado optativas, itinerarios o menciones relacionadas con la estrategia de la empresa en sus estudios de grado.

### 3. JUSTIFICACIÓN EN EL PLAN DE ESTUDIOS, RELACIÓN CON OTRAS ASIGNATURAS Y CON LA PROFESIÓN

Esta asignatura pertenece al II módulo del Máster, "negocios internacionales y estrategias empresariales y de marketing". En concreto, se ocupa de la aplicación de ideas a la creación de nuevas empresas y negocios y de la evaluación estratégica a partir de planes que permitan anticipar la competencia del sector y el establecimiento de ventajas a partir de la explotación de recursos y capacidades. Trata de ofrecer una perspectiva práctica al analizarse casos de empresas reales y utilizarse herramientas y modelos estratégicos de amplia difusión en la realidad empresarial.

Elegir el tipo de negocio y el mercado es el punto inicial de la actividad emprendedora y la decisión puramente más estratégica, ya sea por la creación de una nueva empresa o por la modificación del campo de actividad de una organización ya establecida. Esta elección depende del análisis de una serie de variables que tratará de identificar oportunidades de negocio en mercados poco amplios, de nueva creación o con un alto potencial de crecimiento. Todos los aspectos relacionados con la gestión de los nuevos negocios deben recogerse en el plan estratégico o un plan de empresa. En esta asignatura prestará también atención a aspectos internos relativos a la Dirección de Recursos Humanos y Dirección de Operaciones y de la Tecnología e innovación.

### 4. COMPETENCIAS DE LA TITULACIÓN QUE LA ASIGNATURA CONTRIBUYE A ALCANZAR

#### Competencias propias de la asignatura

Código	Descripción
CB06	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
CB07	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
CB08	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.
E02	Capacidad para llevar a cabo todas las fases del proceso de creación de empresa e identificar y evaluar las oportunidades de negocio.
E03	Capacidad para desarrollar un plan de negocios realista y fiable.
E04	Capacidad para extraer información relevante del entorno económico empresarial, aplicable a la toma de decisiones.
E06	Capacidad para planificar la adaptación de la empresa a los cambios en el entorno económico, legal, social y cultural, con especial incidencia en los procesos de internacionalización.
E08	Capacidad para analizar la viabilidad técnica, estratégica y comercial de las iniciativas empresariales.
G01	Capacidad para comunicarse oralmente, y por escrito de forma clara y sintética usando TIC.
T02	Capacidad para trabajar en equipo, liderar grupos y cooperar en la realización de proyectos

### 5. OBJETIVOS O RESULTADOS DE APRENDIZAJE ESPERADOS

#### Resultados de aprendizaje propios de la asignatura

##### Descripción

- Comprender las implicaciones que tienen las iniciativas empresariales en la dirección de la empresa de acuerdo con un enfoque estratégico
- Identificar las estrategias de diversificación e internacionalización que aplican empresas concretas y justificar cuáles serían sus mejores opciones
- Identificar las implicaciones que el desarrollo de nuevos negocios tiene en la dirección de operaciones
- Identificar las implicaciones que el desarrollo de nuevos negocios tiene en la dirección de recursos humanos
- Identificar oportunidades de negocio a través de análisis estratégicos

## 6. TEMARIO

**Tema 1: Planificación estratégica de nuevas iniciativas empresariales**

**Tema 2: Estrategias competitivas para nuevos negocios.**

**Tema 3: Estrategias de crecimiento y desarrollo para nuevos negocios**

**Tema 4: Aspectos de implantación estratégica en nuevos negocios**

**Tema 5: Implicaciones de la dirección de recursos humanos y de operaciones en los nuevos negocios**

## 7. ACTIVIDADES O BLOQUES DE ACTIVIDAD Y METODOLOGÍA

Actividad formativa	Metodología	Competencias relacionadas (para títulos anteriores a RD 822/2021)	ECTS	Horas	Ev	Ob	Rec	Descripción
Enseñanza presencial (Teoría) [PRESENCIAL]	Método expositivo/Lección magistral	E02 E03 E04 E06 E08	0.6	15	N	-	-	Clases magistrales. En modalidad semipresencial, las clases presenciales son 5 horas.
Enseñanza presencial (Prácticas) [PRESENCIAL]	Combinación de métodos	CB06 CB07 CB08 E02 E03 E04 E06 E08	0.78	19.5	S	S	N	Casos, debates y/o otras actividades como seminarios y talleres. En modalidad semipresencial, las clases presenciales equivalen a 7 horas.
Presentación de trabajos o temas [PRESENCIAL]	Presentación individual de trabajos, comentarios e informes	CB06 CB07 CB08 G01	0.32	8	S	S	N	Presentaciones. En modalidad semipresencial, las clases presenciales equivalen a 4 horas.
Tutorías de grupo [PRESENCIAL]	Tutorías grupales	E02 E04 E06 E08	0.1	2.5	N	-	-	Resolución de dudas. En modalidad semipresencial, las clases presenciales equivalen a 2,5 horas.
Prueba final [PRESENCIAL]	Pruebas de evaluación	CB06 CB07 CB08 E02 E03 E04 E06 E08	0.2	5	S	S	S	Pruebas de evaluación propuestas por el Profesor. En modalidad semipresencial, las clases presenciales equivalen a 5 horas.
Elaboración de informes o trabajos [AUTÓNOMA]	Combinación de métodos	CB06 CB07 E02 E03 E04 E06 E08 G01 T02	2.6	65	S	S	N	Resolución de casos y cuestiones propuestas por el profesor
Estudio o preparación de pruebas [AUTÓNOMA]	Autoaprendizaje	CB06 CB07 CB08 E02 E03 E04 E06 E08	1.4	35	N	-	-	Preparación de evaluaciones y trabajos
<b>Total:</b>			<b>6</b>	<b>150</b>				
<b>Créditos totales de trabajo presencial: 2</b>			<b>Horas totales de trabajo presencial: 50</b>					
<b>Créditos totales de trabajo autónomo: 4</b>			<b>Horas totales de trabajo autónomo: 100</b>					

Ev: Actividad formativa evaluable

Ob: Actividad formativa de superación obligatoria

Rec: Actividad formativa recuperable

## 8. CRITERIOS DE EVALUACIÓN Y VALORACIONES

Sistema de evaluación	Valoraciones		Descripción
	Estudiante presencial	Estud. semipres.	
Prueba final	30.00%	30.00%	La prueba final puede consistir en un trabajo final o una prueba de evaluación sobre los contenidos de la asignatura
Presentación oral de temas	20.00%	20.00%	Presentaciones y defensa de trabajos, en grupo o/y de forma individual
Elaboración de trabajos teóricos	50.00%	50.00%	Recensiones de artículos, resolución de casos entregados al profesor y otras actividades a desarrollar durante el curso, participación en el aula, etc.
<b>Total:</b>	<b>100.00%</b>	<b>100.00%</b>	

### Cráterios de evaluación de la convocatoria ordinaria:

Se evaluarán la calidad de la resolución de casos, recensiones de artículos científicos y la participación y el trabajo de los alumnos en el aula

### Particularidades de la convocatoria extraordinaria:

No se han previsto particularidades para esta convocatoria

### Particularidades de la convocatoria especial de finalización:

No se han previsto particularidades para esta convocatoria

## 9. SECUENCIA DE TRABAJO, CALENDARIO, HITOS IMPORTANTES E INVERSIÓN TEMPORAL

No asignables a temas	
Horas	Suma horas
Enseñanza presencial (Teoría) [PRESENCIAL][Método expositivo/Lección magistral]	15
Enseñanza presencial (Prácticas) [PRESENCIAL][Combinación de métodos]	19.5
Presentación de trabajos o temas [PRESENCIAL][Presentación individual de trabajos, comentarios e informes]	8
Tutorías de grupo [PRESENCIAL][Tutorías grupales]	2.5
Prueba final [PRESENCIAL][Pruebas de evaluación]	5
Elaboración de informes o trabajos [AUTÓNOMA][Combinación de métodos]	65
Estudio o preparación de pruebas [AUTÓNOMA][Autoaprendizaje]	35

**Comentarios generales sobre la planificación:** La distribución de actividades se ajustará al calendario académico de la UCLM

**Tema 1 (de 5): Planificación estratégica de nuevas iniciativas empresariales**

**Comentario:**

**Actividad global**

<b>Actividades formativas</b>	<b>Suma horas</b>
Enseñanza presencial (Teoría) [PRESENCIAL][Método expositivo/Lección magistral]	15
Enseñanza presencial (Prácticas) [PRESENCIAL][Combinación de métodos]	19.5
Presentación de trabajos o temas [PRESENCIAL][Presentación individual de trabajos, comentarios e informes]	8
Tutorías de grupo [PRESENCIAL][Tutorías grupales]	2.5
Prueba final [PRESENCIAL][Pruebas de evaluación]	5
Elaboración de informes o trabajos [AUTÓNOMA][Combinación de métodos]	65
Estudio o preparación de pruebas [AUTÓNOMA][Autoaprendizaje]	35
<b>Total horas:</b>	<b>150</b>

**10. BIBLIOGRAFÍA, RECURSOS**

<b>Autor/es</b>	<b>Título/Enlace Web</b>	<b>Editorial</b>	<b>Población</b>	<b>ISBN</b>	<b>Año</b>	<b>Descripción</b>
Burgelman, Robert A.	Strategic management of technology and innovation	McGraw-Hill Irwin		978-0-07-338154-1	2009	
Robert M. Grant	Contemporary Strategic Management, 8th edition	John Wiley and Sons		978-1-118-56069-3	2013	
Schilling, Melissa A.	Strategic management of technological innovation	McGraw-Hill		978-0-07-802923-3	2013	