



# UNIVERSIDAD DE CASTILLA - LA MANCHA

## GUÍA DOCENTE

### 1. DATOS GENERALES

**Asignatura:** ESTRATEGIAS CORPORATIVAS E INTERNACIONALES

**Código:** 310070

**Tipología:** OBLIGATORIA

**Créditos ECTS:** 6

**Grado:** 2303 - MASTER UNIVERSITARIO EN ESTRATEGIA Y MARKETING DE LA EMPRESA

**Curso académico:** 2021-22

**Centro:**

**Grupo(s):** 10 20 40 30 41

**Curso:** 1

**Duración:** Primer cuatrimestre

**Lengua principal de impartición:** Español

**Segunda lengua:** Inglés

**Uso docente de otras lenguas:**

**English Friendly:** N

**Página web:** <https://moodle.uclm.es>

**Bilingüe:** S

Profesor: <b>MARIA LETIZIA GASPARRI</b> --- - Grupo(s): 20				
Edificio/Despacho	Departamento	Teléfono	Correo electrónico	Horario de tutoría
Paraninfo/Module D, Office 1	ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS		Letizia.Gasparri@uclm.es	
Profesor: <b>FATIMA GUADAMILLAS GOMEZ</b> - Grupo(s): 40				
Edificio/Despacho	Departamento	Teléfono	Correo electrónico	Horario de tutoría
Facultad de CC Jurídicas y Sociales, despacho Organización de Empresas	ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS	926051508	fatima.guadamillas@uclm.es	A concretar en Campus Virtual al inicio del curso.
Profesor: <b>SANTIAGO GUTIERREZ BRONCANO</b> - Grupo(s): 41				
Edificio/Despacho	Departamento	Teléfono	Correo electrónico	Horario de tutoría
Facultad de Ciencia Sociales y Tecnologías de la Información / Desp. Vicerrectorado	ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS	926051840	santiago.gutierrez@uclm.es	Enviar correo electrónico para concertar día y hora.
Profesor: <b>PEDRO JIMENEZ ESTEVEZ</b> - Grupo(s): 40 41				
Edificio/Despacho	Departamento	Teléfono	Correo electrónico	Horario de tutoría
SABATINI 1,54	ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS	926051794	pedro.jestevez@uclm.es	A concretar en Campus Virtual al inicio del curso.
Profesor: <b>JUAN JOSE JIMENEZ MORENO</b> - Grupo(s): 10				
Edificio/Despacho	Departamento	Teléfono	Correo electrónico	Horario de tutoría
Melchor de Macanaz 2.15	ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS	926053300	juan.jimenez@uclm.es	A concretar en Campus Virtual al inicio del curso.
Profesor: <b>JORGE LINUESA LANGREO</b> - Grupo(s): 30				
Edificio/Despacho	Departamento	Teléfono	Correo electrónico	Horario de tutoría
Facultad de CC. Sociales/ Despacho 3.5	ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS	969179100 (Ext. 4239)	jorge.linuesa@uclm.es	
Profesor: <b>RICARDO MARTINEZ CAÑAS</b> - Grupo(s): 30				
Edificio/Despacho	Departamento	Teléfono	Correo electrónico	Horario de tutoría
Edificio Gil de Albornoz/3.08	ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS	926054059	ricardo.martinez@uclm.es	A concretar en Campus Virtual al inicio del curso.
Profesor: <b>JUAN ANTONIO MORENO DIAZ</b> - Grupo(s): 10				
Edificio/Despacho	Departamento	Teléfono	Correo electrónico	Horario de tutoría
1.26	ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS		JuanAntonio.Moreno@uclm.es	A concretar en Campus Virtual al inicio del curso.
Profesor: <b>JOB RODRIGO ALARCON</b> - Grupo(s): 30				
Edificio/Despacho	Departamento	Teléfono	Correo electrónico	Horario de tutoría
Facultad de CC. Sociales/ Despacho 3.5	ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS	926053849	job.rodrigo@uclm.es	A concretar en Campus Virtual al inicio del curso.
Profesor: <b>MARIA BELEN RUIZ SANCHEZ</b> - Grupo(s): 41				
Edificio/Despacho	Departamento	Teléfono	Correo electrónico	Horario de tutoría
Facultad de Ciencias Sociales y Tecnologías de la Información/Despacho 2.3	ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS	926051424	belen.ruiz@uclm.es	A concretar en Campus Virtual al inicio del curso.
Profesor: <b>JESUS DAVID SANCHEZ DE PABLO GONZALEZ DEL CAMPO</b> - Grupo(s): 20				
Edificio/Despacho	Departamento	Teléfono	Correo electrónico	Horario de tutoría
Módulo D/Despacho 9	ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS	926052298	jesusdavid.sanchez@uclm.es	A concretar en Campus Virtual al inicio del curso.
Profesor: <b>MANUEL VILLASALERO DIAZ</b> - Grupo(s): 20 41				
Edificio/Despacho	Departamento	Teléfono	Correo electrónico	Horario de tutoría
Paraninfo/Module D, Office 3	ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS	926052518	manuel.villasalero@uclm.es	A concretar en Campus Virtual al inicio del curso.

### 2. REQUISITOS PREVIOS

Es recomendable que el alumnado haya cursado optativas, itinerarios o menciones relacionadas con la estrategia de la empresa en sus estudios de Grado. En el caso de la Universidad de Castilla-La Mancha, es recomendable que haya realizado la mención de Dirección Estratégica y Marketing del Grado en Administración y Dirección de Empresas o la mención de Dirección de Recursos Humanos del Grado en Relaciones Laborales y Desarrollo de Recursos Humanos.

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

Esta asignatura obligatoria forma parte del módulo común "Estrategia de la Empresa", dentro de la materia "Dirección Estratégica Avanzada", compuesta además por las asignaturas "Estrategias de innovación y gestión del conocimiento", y "Estrategias de Recursos Humanos". Se imparte en el primer semestre del Máster Universitario en Estrategia y Marketing de la Empresa.

Profundiza en el nivel corporativo de la estrategia empresarial como fuente de competitividad, abordando las estrategias de diversificación e internacionalización desde una perspectiva de dirección general.

El alumnado podrá entender las razones por las que la mayoría de las empresas están diversificadas e internacionalizadas, así como la importancia que tiene la decisión de dónde competir para la consecución de mayores y mejores resultados empresariales.

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

#### Competencias propias de la asignatura

Código	Descripción
E01	Capacidad para entender el enfoque de dirección general y cómo influyen las decisiones adoptadas en la competitividad de la empresa.
E02	Capacidad para comprender el sistema de dirección estratégica de la empresa, con especial atención a la interrelación entre las decisiones correspondientes a los niveles de análisis corporativo y competitivo.
E03	Capacidad para estudiar las implicaciones para la dirección general de la empresa derivadas de su actuación en un ambiente global, intercultural y dinámico.
E05	Capacidad para considerar los enfoques externos e internos de la competitividad empresarial, equilibrando los factores de adaptación de la empresa a su entorno y de integración organizativa interna.
E06	Capacidad para delimitar el campo de actividad de la empresa, definiendo el ámbito de producto y el ámbito geográfico mediante estrategias de diversificación e internacionalización.
E07	Capacidad para entender la dinámica del crecimiento de la empresa, así como los distintos métodos mediante los que una empresa puede determinar la forma de desarrollarse.
G01	Capacidad de análisis y síntesis de la literatura especializada con la finalidad de interpretarla con una perspectiva crítica.
G02	Habilidad de comunicación oral en español e inglés para la presentación de proyectos, así como la defensa de informes, comunicaciones a congresos y reuniones científicas.
G03	Destreza de comunicación escrita en español e inglés para la redacción de proyectos, así como la defensa de informes, comunicaciones a congresos y reuniones científicas.
G04	Capacidad para utilizar las tecnologías de la información y comunicaciones (TIC) con fines de búsqueda de información, con especial énfasis en la utilización de bases de datos, revistas electrónicas y aplicaciones estadísticas.
G05	Capacidad para trabajar en equipo en el ámbito de grupos, y cooperar en la realización de proyectos, papeles de trabajo, comunicaciones y artículos científicos.
G08	Habilidad para el aprendizaje continuado, autodirigido y autónomo en el ámbito de proyectos.

### 5. OBJETIVOS O RESULTADOS DE APRENDIZAJE ESPERADOS

#### Resultados de aprendizaje propios de la asignatura

##### Descripción

Comprender la dirección de la empresa de acuerdo con un enfoque estratégico, profundizando en las premisas en las que se apoya este esquema de dirección general, como los niveles de la estrategia, los objetivos estratégicos, la formulación e implantación, los factores internos y externos de competitividad y la adaptación de la empresa a su entorno.

Detectar las principales contingencias internas, externas y discrecionales de las que depende el éxito de una estrategia.

Diseñar estrategias que se adecuen a las contingencias identificadas de forma creativa.

Identificar oportunidades y amenazas en el entorno competitivo.

Ajustar los sistemas estructurales y conductuales de organización a la estrategia seleccionada.

#### Resultados adicionales

1. Identificar las principales fuentes para la documentación científica y profesional para la realización de proyectos en estrategia corporativa e internacional.
2. Encontrar artículos científicos y divulgativos en el ámbito de la estrategia corporativa e internacional mediante el uso de buscadores de revistas científicas y prensa especializada.
3. Elaborar proyectos basados en análisis de la literatura y demás documentación disponible susceptibles de desvelar oportunidades de mejora o aspectos innovadores en el ámbito de la estrategia corporativa e internacional, de acuerdo con un planteamiento lógico siguiendo estándares de citación.
4. Trabajar en grupo en la elaboración de algunos de los proyectos indicados.
5. Realizar un análisis estratégico del ámbito de producto y de mercado de una empresa.
6. Identificar las estrategias de diversificación e internacionalización que aplican empresas concretas y justificar cuál sería la mejor para dicha empresa.
7. Reconocer los modelos organizativos para gestionar la diversidad y la internacionalización que aplican empresas concretas y justificar cuál sería el mejor modelo organizativo para dicha empresa.

### 6. TEMARIO

**Tema 1: Introducción a las estrategias corporativas**

**Tema 2: Estrategias corporativas: Diversificación y Reestructuración**

**Tema 3: Estrategias corporativas: Internacionalización**

**Tema 4: Métodos de desarrollo: Crecimiento externo vs. interno y Cooperación**

## 7. ACTIVIDADES O BLOQUES DE ACTIVIDAD Y METODOLOGÍA

Actividad formativa	Metodología	Competencias relacionadas (para títulos anteriores a RD 822/2021)	ECTS	Horas	Ev	Ob	Descripción
Enseñanza presencial (Teoría) [PRESENCIAL]	Método expositivo/Lección magistral		0.86	21.5	N	-	
Enseñanza presencial (Prácticas) [PRESENCIAL]	Combinación de métodos		0.48	12	N	-	
Estudio o preparación de pruebas [AUTÓNOMA]	Trabajo autónomo		1.5	37.5	N	-	Los estudiantes preparan los casos y lecturas que se debatirán en clase para ilustrar los contenidos de la asignatura
Elaboración de informes o trabajos [AUTÓNOMA]	Combinación de métodos		2.5	62.5	S	S	Los estudiantes con perfil investigador realizarán un trabajo teórico basado en la lectura de artículos científicos. Mientras que los estudiantes con perfil profesional realizarán estudio de casos.
Presentación de trabajos o temas [PRESENCIAL]	Presentación individual de trabajos, comentarios e informes		0.16	4	S	S	Se presentará un trabajo realizado en grupo con orientación profesional o investigadora.
Tutorías individuales [PRESENCIAL]	Trabajo dirigido o tutorizado		0.4	10	N	-	Sesiones de trabajo tutelado o tutorías de asesoramiento (bibliográfico, metodológico, etc.) y de supervisión de los trabajos de investigación de los estudiantes
Prueba final [PRESENCIAL]	Estudio de casos		0.1	2.5	S	S	
<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 (Será imprescindible su superación tanto en evaluación continua como no continua)

## 8. CRITERIOS DE EVALUACIÓN Y VALORACIONES

Sistema de evaluación	Evaluación continua	Evaluación no continua*	Descripción
Prueba final	20.00%	100.00%	La prueba consistirá en un cuestionario tipo test, casos prácticos y/o preguntas teóricas y prácticas a desarrollar.
Resolución de problemas o casos	40.00%	0.00%	Preferentemente se trabajarán en grupo problemas o casos. Se expondrá y debatirá la solución en clase. Se valorará la calidad de la resolución y su presentación y defensa.
Trabajo	40.00%	0.00%	Trabajo integral e individual sobre contenidos de la asignatura. La fecha de entrega será posterior a la finalización de las sesiones presenciales de clase.
<b>Total:</b>	<b>100.00%</b>	<b>100.00%</b>	

\* En **Evaluación no continua** se deben definir los porcentajes de evaluación según lo dispuesto en el art. 4 del Reglamento de Evaluación del Estudiante de la UCLM, que establece que debe facilitarse a los estudiantes que no puedan asistir regularmente a las actividades formativas presenciales la superación de la asignatura, teniendo derecho (art. 12.2) a ser calificado globalmente, en 2 convocatorias anuales por asignatura, una ordinaria y otra extraordinaria (evaluándose el 100% de las competencias).

### Criterios de evaluación de la convocatoria ordinaria:

#### Evaluación continua:

Para superar la asignatura se requiere que el alumnado supere las tres partes evaluables: trabajos individuales (40%) y trabajos en grupo de problemas y resolución de casos, y presentación de trabajos (40%) y prueba final (20%).

#### Evaluación no continua:

Se facilitará la realización de las distintas actividades formativas al alumnado que no se acoja al sistema de evaluación continua. Su evaluación se basará en una prueba final (100%).

### Particularidades de la convocatoria extraordinaria:

En la convocatoria extraordinaria el alumnado será evaluado de todas las competencias asociadas a las distintas actividades formativas de la asignatura mediante la realización de una prueba final.

### Particularidades de la convocatoria especial de finalización:

En la convocatoria especial de finalización el alumnado será evaluado de todas las competencias asociadas a las distintas actividades formativas de la asignatura mediante la realización de una prueba final.

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

No asignables a temas	
Horas	Suma horas
Elaboración de informes o trabajos [AUTÓNOMA][Combinación de métodos]	62.5
Tutorías individuales [PRESENCIAL][Trabajo dirigido o tutorizado]	12.5
<b>Tema 1 (de 4): Introducción a las estrategias corporativas</b>	
Actividades formativas	Horas
Enseñanza presencial (Teoría) [PRESENCIAL][Método expositivo/Lección magistral]	5.4

Enseñanza presencial (Prácticas) [PRESENCIAL][Combinación de métodos]	3
Estudio o preparación de pruebas [AUTÓNOMA][Trabajo autónomo]	9.38
<b>Tema 2 (de 4): Estrategias corporativas: Diversificación y Reestructuración</b>	
<b>Actividades formativas</b>	<b>Horas</b>
Enseñanza presencial (Teoría) [PRESENCIAL][Método expositivo/Lección magistral]	5.4
Enseñanza presencial (Prácticas) [PRESENCIAL][Combinación de métodos]	3
Estudio o preparación de pruebas [AUTÓNOMA][Trabajo autónomo]	9.38
<b>Tema 3 (de 4): Estrategias corporativas: Internacionalización</b>	
<b>Actividades formativas</b>	<b>Horas</b>
Enseñanza presencial (Teoría) [PRESENCIAL][Método expositivo/Lección magistral]	5.4
Enseñanza presencial (Prácticas) [PRESENCIAL][Combinación de métodos]	3
Estudio o preparación de pruebas [AUTÓNOMA][Trabajo autónomo]	9.38
<b>Tema 4 (de 4): Métodos de desarrollo: Crecimiento externo vs. interno y Cooperación</b>	
<b>Actividades formativas</b>	<b>Horas</b>
Enseñanza presencial (Teoría) [PRESENCIAL][Método expositivo/Lección magistral]	5.3
Enseñanza presencial (Prácticas) [PRESENCIAL][Combinación de métodos]	3
Estudio o preparación de pruebas [AUTÓNOMA][Trabajo autónomo]	9.38
<b>Actividad global</b>	
<b>Actividades formativas</b>	<b>Suma horas</b>
Estudio o preparación de pruebas [AUTÓNOMA][Trabajo autónomo]	37.52
Elaboración de informes o trabajos [AUTÓNOMA][Combinación de métodos]	62.5
Tutorías individuales [PRESENCIAL][Trabajo dirigido o tutorizado]	12.5
Enseñanza presencial (Teoría) [PRESENCIAL][Método expositivo/Lección magistral]	21.5
Enseñanza presencial (Prácticas) [PRESENCIAL][Combinación de métodos]	12
<b>Total horas: 146.02</b>	

10. BIBLIOGRAFÍA, RECURSOS							
Autor/es	Título/Enlace Web	Editorial	Población	ISBN	Año	Descripción	
Bartlett, C.A. and Ghosal, S.	Managing Across Borders: the transnational solution	Harvard Business School Press	Cambridge, MA		1989		
Bourgeois, L.J. III, Duhaime, M.I. and Stimpert, J.L.	Strategic Management: Concepts for Managers	Dryden Press	Ft. Worth		1999		
Carpenter, M.A. and Sanders, W.G.	Strategic Management. A dynamic Perspective. Concepts and Cases	Pearson Prentice Hall		0-13-145353-X	2007		
Collins, D.J. and Montgomery, C.A.	Corporate Strategy: resources and the scope of the firm	Irwin	Boston		1997		
El Kahal, S.	Introduction to international business	McGraw-Hill	London and New York		1994		
Grant, R.	Contemporary strategy analysis	Wiley Blackwell	Malden, MA		2010		
Grant, R.	Dirección Estratégica	Civitas	Madrid	84-470-2658-2	2006		
Guerras, L.A. y Navas, J.E.	La Dirección Estratégica de la Empresa. Teoría y Aplicaciones	Thomson-Civitas	Madrid		2007		
Hax, A., and Majluf, N.	The Strategy Concept and Process: A Pragmatic Approach	Prentice Hall			1995		
Johnson, G. and Scholes, K.	Exploring Corporate Strategy	Prentice Hall			2002		
Johnson, G.; Scholes, G. and Whittington, R.	Exploring corporate strategy	Pearson Education			2008		
Luffman, G.A., Lea, E. and Kenny, B.	Strategic management: an analytical introduction	Wiley-Blackwell			1996		
Stahl, M. J. and Grigsby, D. W.	Strategic management: total quality and global competition	Blackwell	Oxford		1997		
	Concepts in Strategic Management and Business						
Wheelen, T. L. and Hunger, D. L.	Policy. Toward Global Sustainability: International Version	Prentice Hall			2011		
Wright, P., Pringle, C and Kroll, M.	Strategic Management Text and Cases	Allyn and Bacon	Needham Height, MA		2000		