



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: 2023-24

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

Grupo(s): 20

Curso: 1

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: MARIO JAVIER DONATE MANZANARES - Grupo(s): 20 | | | | |
|--|----------------------------|----------------------|----------------------------|--|
| 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 | Se indicará al comienzo de las clases de la asignatura |
| Profesor: RAFAEL SANCHO ZAMORA - Grupo(s): 20 | | | | |
| Edificio/Despacho | Departamento | Teléfono | Correo electrónico | Horario de tutoría |
| Módulo D/Despacho 4 | ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS | 926295300 | rafael.sancho@uclm.es | Se indicará al comienzo de las clases de la asignatura |

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 oportunidades de negocio a través de análisis estratégicos

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 las estrategias de diversificación e internacionalización que aplican empresas concretas y justificar cuáles serían sus mejores opciones

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 | 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 | 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 | 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 | 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 | 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 |
| Total: | | | 6 | 150 | | | |
| Créditos totales de trabajo presencial: 2 | | | | | | | Horas totales de trabajo presencial: 50 |
| Créditos totales de trabajo autónomo: 4 | | | | | | | Horas totales de trabajo autónomo: 100 |

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 | 30.00% | 50.00% | 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% | 0.00% | 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. |
| Total: | 100.00% | 100.00% | |

* 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).

Críterios de evaluación de la convocatoria ordinaria:

Evaluación continua:

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, junto con una prueba final que puede ser un examen o un proyecto vinculado a los contenidos de la asignatura.

Evaluación no continua:

Para evaluar al alumno que no pueda seguir el sistema de evaluación continua se realizará una prueba final junto con la entrega de trabajos vinculados a los contenidos de la asignatura. Las características de la prueba final y su estructura será comunicada a los alumnos con la suficiente antelación por el profesor.

Particularidades de la convocatoria extraordinaria:

Las mismas que para la convocatoria ordinaria. Para el sistema de evaluación no continua el contenido y estructura de la prueba final será comunicada a los alumnos con la suficiente antelación por el profesor.

Particularidades de la convocatoria especial de finalización:

La prueba final contará por el 100% de la nota. La estructura de la prueba y su composición serán comunicadas con suficiente antelación por el profesor de la asignatura.

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**

| Actividades formativas | 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 |
| Total horas: 150 | |

10. BIBLIOGRAFÍA, RECURSOS

| Autor/es | Título/Enlace Web | Editorial | Población | ISBN | Año | Descripción |
|-----------------------|---|----------------------|------------------|-------------------|------------|--------------------|
| 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 | |