



Información de la asignatura

Titulación: Grado en Administración y Dirección de Empresas

Facultad: Facultad de Ciencias Jurídicas, Económicas y Sociales

Código: 302004 **Nombre:** Estrategias de Crecimiento Empresarial

Créditos: 6,00 **ECTS** **Curso:** 4 **Semestre:** 2

Módulo: Dirección y Organización de Empresas

Materia: Estrategia y Dirección General **Carácter:** Optativa

Departamento: Economía, Dirección de Empresas y Marketing

Tipo de enseñanza: Presencial / A distancia

Lengua/-s en las que se imparte: Castellano, Inglés

Profesorado:

OADG9	<u>Andreea Apetrei Kalveram</u> (Profesor responsable inglés)	andreea.apetrei@ucv.es
	<u>Juan Sapena Bolufer</u>	juan.sapena@ucv.es
OADG9B	<u>Andreea Apetrei Kalveram</u> (Profesor responsable inglés)	andreea.apetrei@ucv.es
	<u>Juan Sapena Bolufer</u>	juan.sapena@ucv.es



Organización del módulo

Dirección y Organización de Empresas

Materia	ECTS	Asignatura	ECTS	Curso/semestre
Estrategia y Dirección General	24,00	Dirección de Personas	6,00	3/1
		Dirección Estratégica y Política de Empresa	6,00	4/1
		Entrepreneurship e Iniciativa Empresarial	6,00	3, 4/1
		Estrategias de Crecimiento Empresarial	6,00	4/2
Gestión de Empresas	18,00	Creatividad y Gestión de la Innovación	6,00	3/2
		Gestión de la Calidad y Medioambiente	6,00	3/1
		Responsabilidad Social de la Empresa	6,00	4/2
Empresa	12,00	Fundamentos de Dirección de Empresas	6,00	1/1
		Organización y Gestión de Empresas	6,00	2/2

Conocimientos recomendados



Requisitos previos: No se considera requisito alguno previo para cursar esta asignatura. Sin embargo, es muy conveniente haber adquirido previamente los aprendizajes fundamentales de sobre Dirección de Empresas que se presentan en la asignatura de primer curso de grado “Fundamentos de Dirección de Empresas” y en segundo curso de grado “Organización y Gestión de Empresas”. Requisitos Generales: Conseguir un crecimiento sostenido es un objetivo de la mayoría de organizaciones es el crecimiento. Mediante la estrategia de crecimiento se pretende conseguir diversos beneficios, tales como economías de escala y efectos de curva de experiencia, o explotar sinergias potenciales de múltiples tipos, sentando así las bases para futuros beneficios. Por el contrario, una organización sin crecimiento puede tener dificultades para valorar y recompensar a su personal, y también puede tenerlas para evitar el declive si los competidores realizan incursiones y la empresa carece de directrices de crecimiento compensado; de hecho, puede ser muy complicado para una empresa poder sobrevivir en un escenario sin crecimiento. Aunque la forma más obvia de crecer consiste en aumentar la participación en el mercado actual, en muchas ocasiones la empresa opta por ampliar su presencia hacia nuevos mercados. Por otra parte, existe una fuerte controversia sobre la conveniencia que tiene para una empresa el crecimiento mediante diversificación: abundan las historias de éxitos pero también sonados fracasos. En cualquier caso, toda estrategia de crecimiento debe estar precedida de un análisis estratégico que identifique los activos estratégicos con los que la empresa cuenta para hacer frente a la nueva situación, y también los nuevos problemas y trampas que el crecimiento puede aflorar para la organización. Pocos fenómenos tienen tanta relevancia para el empresario de hoy como las fusiones y adquisiciones: el acierto o desacierto en una de estas operaciones, cada vez más frecuentes en el entorno actual, resulta normalmente decisivo para el futuro de cualquier organización. Además, a los análisis propios de las estrategias de crecimiento interno, se unen los aspectos financieros, fiscales y legales en general que afectan a este tipo de operaciones. Por último, en la última parte del temario se analizarán algunas problemáticas específicas del crecimiento.



Resultados de aprendizaje

Al finalizar la asignatura, el estudiante deberá demostrar haber adquirido los siguientes resultados de aprendizaje:

- R1 Ser capaz de transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado tanto en español como en inglés. [RAB4]
- R2 Ser capaz de tomar decisiones de forma autónoma, responsable y razonada. [RAG2]
- R3 Ser capaz de relacionarse y colaborar con otras personas de forma respetuosa, empática y asertiva, reconociendo y valorando las distintas disciplinas, la diversidad y la interculturalidad, y gestionando los conflictos que puedan surgir de forma constructiva. [RAG7]
- R4 Ser capaz de actuar con seguridad y autoestima en su ámbito de estudio y en su entorno profesional, asumiendo los retos y las responsabilidades que se le presentan, y tomando decisiones de forma autónoma y fundamentada. [RAG8]
- R5 Ser capaz de identificar y describir los aspectos constitutivos de una organización (como sus metas y objetivos, su propiedad, su tamaño, su cultura, su estructura, su tecnología, etc.), así como de relacionarlos con su funcionamiento y su adaptación al entorno. [RAE2]
- R6 Ser capaz de integrar y aplicar los conocimientos de las distintas disciplinas que conforman el ámbito de la administración y dirección de empresas (como la economía, la contabilidad, la financiación, el marketing, la organización, etc.), para realizar un análisis integral y estratégico de una empresa, definiendo los criterios que la caracterizan y la diferencian de otras, y vinculando los resultados con el análisis del entorno en el que opera. [RAE3]
- R7 Ser capaz de comprender la tecnología existente y las nuevas tecnologías que afectan al ámbito de la administración y dirección de empresas, así como de evaluar su impacto para la creación, el desarrollo y la competitividad de los nuevos o futuros mercados. [RAE4]
- R8 Ser capaz de integrarse y gestionar una empresa, organización, o área funcional. Entendiendo su posicionamiento competitivo e institucional en el mercado y en el entorno, e identificando sus fortalezas y debilidades, así como las amenazas y oportunidades que se le presentan, para mejorar su rendimiento y su sostenibilidad. [RAE6]



Sistema de evaluación de la adquisición de las competencias y sistema de calificaciones

Resultados de aprendizaje evaluados	Porcentaje otorgado	Instrumento de evaluación
	15,00%	Pruebas objetivas
	25,00%	Realización de actividades teórico-prácticas
	10,00%	Asistencia y participación en clase
	50,00%	Examen final presencial
	10,00%	Participación en actividades de comunicación síncrona
	25,00%	Actividades entregables
	15,00%	Evaluaciones periódicas mediante cuestionarios online
	50,00%	Evaluación final presencial

Observaciones

Evaluación única: Acorde al artículo 9 de la Normativa General de Evaluación y Calificación de las Enseñanzas Oficiales y Títulos Propios de la UCV, la evaluación única está vinculada a la imposibilidad de la asistencia del alumnado matriculado en una titulación de modalidad presencial. Es, por tanto, un sistema de evaluación extraordinario y excepcional al que podrán optar aquellos estudiantes que, de forma justificada y acreditada, no puedan someterse al sistema de evaluación continua, y así lo soliciten al profesor responsable de la asignatura quien decidirá expresamente sobre la admisión de la petición de evaluación única del estudiante y se le comunicará la aceptación/denegación.

Por lo que a la asignatura de Estrategias de Crecimiento Empresaria se refiere, el porcentaje de asistencia mínima requerido será del 70%.

La evaluación única, en caso de ser concedida, tanto en primera como segunda convocatoria, se articulará en base a los siguientes criterios: el examen final que supondrá un 50% de la nota final y un caso práctico sobre el temario completo de la asignatura que supondrá otro 50%. El estudiante tiene que aprobar ambas partes con un mínimo 5 sobre 10.



Respeto a la IA:

En la asignatura Estrategias de Crecimiento Empresaria se permite el uso moderado de la inteligencia artificial como herramienta de apoyo. No debe sustituir el trabajo personal del estudiante. El uso indebido o excesivo podrá conllevar la anulación de la actividad evaluada y una penalización en la calificación final.

CRITERIOS PARA LA CONCESIÓN DE MATRÍCULA DE HONOR:

Según el artículo 14.4 de la Normativa General de Evaluación y Calificación de las Enseñanzas Oficiales y Títulos Propios de la UCV, la mención de "Matrícula de Honor" podrá ser otorgada a alumnos que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9.0. Su número no podrá exceder del cinco por ciento de los alumnos matriculados en un grupo en el correspondiente curso académico, salvo que el número de alumnos matriculados sea inferior a 20, en cuyo caso se podrá conceder una sola «Matrícula de Honor».

Actividades formativas

Las metodologías que emplearemos para que los alumnos alcancen los resultados de aprendizaje de la asignatura serán:

- M1 Exposición de contenidos por parte del profesor, análisis de competencias, explicación y demostración de capacidades, habilidades y conocimientos en el aula.
- M3 Sesiones de trabajo grupal supervisadas por el profesor. Estudio de casos económico-empresariales, tanto verídicos como ficticios. Construcción significativa del conocimiento a través de la interacción y actividad del alumno. Análisis crítico sobre valores y compromiso social.
- M4 Sesiones monográficas supervisadas con participación compartida.
- M5 Aplicación de conocimientos interdisciplinares.
- M6 Atención personalizada y en pequeño grupo. Período de instrucción y/o orientación realizado por un tutor con el objetivo de revisar y discutir los materiales y temas presentados en las clases, seminarios, lecturas, realización de trabajos, etc.
- M7 Conjunto de pruebas orales y/o escritas empleadas en la evaluación inicial, formativa o sumativa del alumno.
- M9 Preparación en grupo de lecturas, ensayos, resolución de problemas, seminarios, trabajos, memorias, etc. para exponer o entregar en las clases teóricas, clases prácticas y/o tutorías de pequeño grupo.



- M10 Estudio del alumno: preparación individual de lecturas, ensayos, resolución de problemas, seminarios, trabajos, memorias, etc. para exponer o entregar en las clases teóricas, clases prácticas y/o tutorías de pequeño grupo.
- M11 Exposición de contenidos por parte del profesor, análisis de competencias, explicación y demostración de capacidades, habilidades y conocimientos en el aula virtual.
- M12 Sesiones de trabajo grupal mediante chat moderado por el profesor. Estudio de casos económico-empresariales, tanto verídicos como ficticios, para la construcción del conocimiento a través de la interacción y actividad del alumno. Análisis crítico sobre valores y compromiso social.
- M13 Sesiones monográficas a lo largo del curso, orientadas a aspectos y aplicaciones de actualidad de la materia.
- M14 Resolución de problemas, comentarios, memorias para entregar en plazos a lo largo del curso
- M15 Atención individual para seguimiento y orientación del proceso de aprendizaje, realizado por un tutor con el objetivo de revisar y discutir los materiales y temas, seminarios, lecturas, realización de trabajos, etc.
- M16 Participación y aportaciones a foros de discusión referidos a la materia, moderados por el profesor de la asignatura.
- M17 Conjunto de pruebas, escritas u orales, empleadas en la evaluación inicial, formativa o sumativa del alumno.
- M19 Preparación en grupo de lecturas, ensayos, resolución de problemas, seminarios, trabajos, memorias, etc. para su discusión o entrega.
- M20 Estudio del alumno: preparación individual de lecturas, ensayos, resolución de problemas, seminarios, trabajos, memorias, etc. para su discusión o entrega en formato electrónico.



MODALIDAD PRESENCIAL

ACTIVIDADES FORMATIVAS DE TRABAJO PRESENCIAL

	RESULTADOS DE APRENDIZAJE	HORAS	ECTS
Clase presencial		34,00	1,36
Clase práctica		6,00	0,24
Seminario		6,00	0,24
Exposición trabajos grupo		6,00	0,24
Tutoría		6,00	0,24
Evaluación		2,00	0,08
TOTAL		60,00	2,40

ACTIVIDADES FORMATIVAS DE TRABAJO AUTÓNOMO

	RESULTADOS DE APRENDIZAJE	HORAS	ECTS
Trabajo en grupo		31,00	1,24
Trabajo individual		59,00	2,36
TOTAL		90,00	3,60



MODALIDAD A DISTANCIA

ACTIVIDADES FORMATIVAS SÍNCRONAS

	RESULTADOS DE APRENDIZAJE	HORAS	ECTS
Sesión virtual síncrona		6,00	0,24
Sesión práctica virtual síncrona		6,00	0,24
Seminario y videoconferencia virtual síncrona		6,00	0,24
Evaluación presencial		4,00	0,16
Trabajo en grupo		10,00	0,40
Trabajo individual		62,00	2,48
TOTAL		94,00	3,76

ACTIVIDADES FORMATIVAS ASÍNCRONAS

	RESULTADOS DE APRENDIZAJE	HORAS	ECTS
Actividades de evaluación continua		50,00	2,00
Tutorías individuales		6,00	0,24
TOTAL		56,00	2,24



Descripción de los contenidos

Descripción de contenidos necesarios para la adquisición de los resultados de aprendizaje.

Contenidos teóricos:

Bloque de contenido	Contenidos
Empresa y Estrategia corporativa	¿Qué es una empresa o Corporación? Definición de Estrategia Mala y Buena Estrategia
La naturaleza cambiante del crecimiento	El impacto del crecimiento en las diferentes areas de la empresa
Modelos para el Crecimiento Empresarial	Etapas de crecimiento. Modelos de Crecimiento empresarial
Estrategias de crecimiento orgánico	Ventajas e inconvenientes de crecimiento orgánico Modelo de McKinsey: tres perfiles de crecimiento
Estrategias de crecimiento inorgánico	Fusiones y Adquisiciones Joint Venture Licencias
El capital riesgo y la financiación del crecimiento empresarial	Financiación y Economía Colaborativa
Estrategias de internacionalización	Valoración de Mercados Estrategia Global, Local y Glocal
La importancia de los recursos humanos en el proceso de crecimiento	El liderazgo en las empresas que crecen La motivación, la remuneración y equipos en el proceso de crecimiento



Organización temporal del aprendizaje:

Bloque de contenido	Nº Sesiones	Horas
Empresa y Estrategia corporativa	4,00	8,00
La naturaleza cambiante del crecimiento	4,00	8,00
Modelos para el Crecimiento Empresarial	4,00	8,00
Estrategias de crecimiento orgánico	4,00	8,00
Estrategias de crecimiento inorgánico	4,00	8,00
El capital riesgo y la financiación del crecimiento empresarial	4,00	8,00
Estrategias de internacionalización	2,00	4,00
La importancia de los recursos humanos en el proceso de crecimiento	4,00	8,00

Referencias

DESS, G. y G. LUMPKIN (2003): Dirección Estratégica, Ed. McGraw Hill.
GRANT, Robert. M. (1995): Dirección Estratégica. Conceptos, técnicas y aplicaciones. Editorial Civitas.
HESS, E. D. (2010). *Smart growth: Building an enduring business by managing the risks of growth*. Columbia University Press
JOHNSON, Gerry y SCHOLLES, Kevan (1997): Dirección Estratégica, Ed.: Prentice Hall (3ª edición)
NAVAS, José Emilio, y Luis Angel GUERRAS (2000): La dirección Estratégica de la empresa. Teoría y aplicaciones. (2ª edición), Civitas.
MERSON, R. (2011). *Guide to managing growth: Strategies for turning success into bigger success*. Economist Books. ISBN-13 9781846684135