



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA  
CENTRO UNIVERSITARIO DE CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS

Departamento de  
Economía

## Estrategia Global Corporativa

### Datos Generales

1. Nombre de la Asignatura Estrategia Global Corporativa	2. Nivel de formación Licenciatura	3. Clave de la Asignatura I5172
4. Prerrequisitos	5. Área de Formación Especializante Selectiva	6. Departamento Departamento de Economía
7. Academia Economía de la Empresa y Financiera	8. Modalidad Presencial	9. Tipo de Asignatura Curso
10. Carga Horaria		
Teoría	Práctica	Total
40	40	80
12. Trayectoria de la asignatura		Créditos 8

### Contenido del Programa

#### 13. Presentación

El objetivo del curso es dotar a los alumnos de las competencias y habilidades para comprender, analizar y diseñar y medir el impacto de las principales estrategias que determinan el comportamiento competitivo de las empresas y el papel de las mismas sobre la supervivencia empresarial, así como la capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica. Entender los problemas (y beneficios) asociados al desarrollo de la empresa y las estrategias que pueden ser utilizadas para su crecimiento y competitividad. El alumno tendrá la capacidad de dar respuestas sobre el crecimiento empresarial, porqué es necesario crecer, cuáles son los elementos que apoyan el crecimiento, cuáles los riesgos y los límites en un medio altamente globalizado y dinámico.

El crecimiento empresarial con ser uno de los temas más estudiados desde finales de los años cincuenta, época en la que adquiere gran popularidad debido a la expansión internacional sin precedentes de las grandes multinacionales americanas. En los desarrollos teóricos sobre la firma, no existe una teoría integradora y única que explique la firma, hay varias propuestas. En este curso se analizan las principales aportaciones teóricas y empíricas que sobre el crecimiento empresarial se han realizado desde diferentes ámbitos de estudio, se aborda el debate entre estas teorías de la empresa, no desde el punto de vista del proceso de gestión administrativa, si no con los diferentes enfoques existentes sobre la teoría de la firma. Durante el desarrollo del curso se trata de encontrar respuestas a las siguientes preguntas sobre la firma; por qué existen, cómo coordinan, cómo se desarrollan, cuáles son los límites a su tamaño y a su tasa de crecimiento y cuál es su frontera. A estas preguntas de investigación dan respuesta distintos autores y desde diferentes perspectivas teóricas.

#### 14.- Objetivos del programa

Objetivo General

##### **OBJETIVOS DEL CURSO**

- Analizar las teorías que abordan el tema de la administración estratégica de las organizaciones.
- Valorar como cada propuesta plantea la estrategia en las organizaciones.
- Dominar el campo del planteamiento de estrategias para la investigación empresarial.

#### 15.-Contenido

Contenido temático

##### **TEMA 1. EL CONTEXTO E IMPORTANCIA DEL CRECIMIENTO DE LA FIRMA**

##### **TEMA 2. EL CONTEXTO INTERNO DE LA EMPRESA: EL PAPEL DE LA ALTA DIRECCIÓN**

##### **TEMA 3. LOS ELEMENTOS DEL CONCEPTO DE NEGOCIO**

- La Visión estratégica a largo plazo
- El desarrollo de un punto de vista sobre el modo de servir a los clientes
- La perspectiva acerca de la naturaleza de la rivalidad en el sector, la posible emergencia de nuevos productos sustitutivos, el papel de los proveedores y la evolución del conjunto de la cadena de valor
- La idea de concebir el conjunto de las actividades de la empresa como un sistema integrado

**TEMA 4. CÓMO LAS ORGANIZACIONES DEFINEN LA ESTRATEGIA Y CÓMO SE INVESTIGA E IMPLEMENTA**

**TEMA 5. TECNOLOGÍA Y CREATIVIDAD EN EL DESARROLLO DE NUEVOS MODELOS DE EMPRESA**

**TEMA 6. HACIA UNA TEORIA INCLUYENTE E INTEGRADORA DE LA TEORIA DE LA FIRMA**

**TEMA 7. EL CRECIMIENTO DE LA EMPRESA: ALGUNOS ENFOQUES CLÁSICOS**

**3.1 EL ENFOQUE MICROECONÓMICO DEL CRECIMIENTO EMPRESARIAL**

**TEMA 8. LA TEORÍA DEL CRECIMIENTO DE LA EMPRESA (PENROSE)**

**TEMA 9. EL ENFOQUE DE LA TEORÍA EVOLUCIONISTA (Nelson y Winter)**

**TEMA 10. EL CRECIMIENTO DE LA EMPRESA DESDE UNA PERSPECTIVA ANTROPOLÓGICA**

**TEMA 11. CRECIMIENTO E INNOVACIÓN: LA CREACIÓN DE NUEVOS MODELOS EMPRESARIALES**

**TEMA 12. ALGUNAS REFLEXIONES FINALES**

**TEMA 13. PRESENTACION DE TRABAJO FINAL**

Contenido desarrollado

Semana	Tema	Horas
	<b>TEMA 1. EL CONTEXTO E IMPORTANCIA DEL CRECIMIENTO DE LA FIRMA</b>	
	<b>TEMA 2. EL CONTEXTO INTERNO DE LA EMPRESA:EL PAPEL DE LA ALTA DIRECCIÓN</b>	
	<b>TEMA 3. LOS ELEMENTOS DEL CONCEPTO DE NEGOCIO</b>	
1-3	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La Visión estratégica a largo plazo</li> <li>• El desarrollo de un punto de vista sobre el modo de servir a los clientes</li> <li>• La perspectiva acerca de la naturaleza de la rivalidad en el sector, la posible emergencia de nuevos productos sustitutivos, el papel de los proveedores y la evolución del conjunto de la cadena de valor</li> <li>• La idea de concebir el conjunto de las actividades de la empresa como un sistema integrado</li> </ul>	12
4	<b>TEMA 4. CÓMO LAS ORGANIZACIONES DEFINEN LA ESTRATEGIA Y CÓMO SE INVESTIGA E IMPLEMENTA</b>	12
5	<b>TEMA 5. TECNOLOGÍA Y CREATIVIDAD EN EL DESARROLLO DE NUEVOS MODELOS DE EMPRESA</b>	4
6	<b>TEMA 6. HACIA UNA TEORIA INCLUYENTE E INTEGRADORA DE LA TEORIA DE LA FIRMA</b>	4
7-8	<b>TEMA 7. EL CRECIMIENTO DE LA EMPRESA:ALGUNOS ENFOQUES CLÁSICOS</b> <b>3.1 EL ENFOQUE MICROECONÓMICO DEL CRECIMIENTO EMPRESARIAL</b>	12
9-10	<b>TEMA 8. LA TEORÍA DEL CRECIMIENTO DE LA EMPRESA (PENROSE)</b>	8
11-12	<b>TEMA 9. EL ENFOQUE DE LA TEORÍA EVOLUCIONISTA (Nelson y Winter)</b>	8
13	<b>TEMA 10. EL CRECIMIENTO DE LA EMPRESA DESDE UNA PERSPECTIVA ANTROPOLÓGICA</b>	4
14-15	<b>TEMA 11. CRECIMIENTO E INNOVACIÓN: LA CREACIÓN DE NUEVOS MODELOS EMPRESARIALES</b>	12
16	<b>TEMA 12. ALGUNAS REFLEXIONES FINALES</b>	4
	<b>PRESENTACION DE TRABAJO FINAL</b>	4

**16. Actividades Prácticas**

Leer anticipadamente las lecturas antes de cada sesión y entregar por escrito la síntesis de las lecturas.El alumno deberá elaborar un trabajo de investigación y presentarlo al concluir el curso. El trabajo final debe plantear una pregunta de investigación, los temas pueden ser de carácter teórico- conceptual o en su caso empírico. La calidad del contenido como de la presentación y defensa acumulara puntaje para la calificación final.

**17.- Metodología**

Se expondrá por parte del profesor los fundamentos teórico metodológicos de cada tema y los alumnos expondrán estudios de caso que estén relacionados y se abordara la resolución de ejercicios y problemas. Se tendrá un catalogo de maestros que pueden apoyar y operar como tutores para poder realizar el trabajo final de investigación. Al final del curso se tendrá un seminario donde se presentaran los resultados obtenidos.

## 18.- Evaluación

Tres examen parciales 40 por ciento  
Control de lecturas 10 por ciento  
Reporte del trabajo de investigación 30 por ciento  
Presentación del trabajo final. 20 por ciento

## 19.- Bibliografía

Libros / Revistas

Libro: Institutions, Institutional Change and Economic Performance (Political Economy of Institutions and Decisions)  
Douglass C. North (1990 ) CAMBRIDGE, UNIVERSITY PRE No. Ed

ISBN: ISBN-13: 978-0521397346

Libro: The Nature of the Firm: Origins, Evolution, and Development  
Oliver E. Williamson, Sidney G (1993) OXFORD UNIVERSITY PRESS No. Ed

ISBN: ISBN-13: 978-0195083569

Libro: The Firm, the Market, and the Law  
R. H. COASE (1990) THE UNIVERSITY CHICAGO PR No. Ed

ISBN: ISBN-13: 978-0226111018

Libro: The Economic Institutions of Capitalism  
Oliver E. Williamson (1998) THE FREE PRESS No. Ed

ISBN: 0-68-186374-X

Libro: An Evolutionary Theory of Economic Change  
Richard R. Nelson Y Sidney G. (1985) THE PRESIDENT AND FELLOWS No. Ed

ISBN: ISBN-13: 978-0674272286

Libro: The Theory of the Growth of the Firm  
Edith Penrose Y Christos Pite (2009) OXFORD UNIVERSITY PRESS No. Ed

ISBN: ISBN-13: 978-0199573844

Libro: Behavioral Theory of the Firm  
Richard M. Cyert (Author), Jam (1992) PRENTICE-HALL No. Ed 2º

ISBN: ISBN-13: 978-0631174516

Libro: Organizing Entrepreneurial Judgment: A New Approach to the Firm  
Nicolai J. Foss Y Peter G. Kl (2012) CAMBRIDGE, UNIVERSITY PRE No. Ed 1º

ISBN: ISBN 978-0-521-87442-7

## 20.- Perfil del profesor

La base del profesorado podrán ser aquellos profesionales con nivel de maestría o doctorado en los campos del desarrollo organizacional y gestión e innovación del conocimiento, así como del área de economía.

## 21.- Nombre de los profesores que imparten la materia

Camarena Delgado Sergio Javier  
Código: 7903294

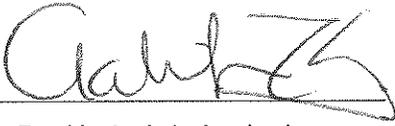
## 22.- Lugar y fecha de su aprobación

Zapopan Jalisco, 3 de Noviembre de 2016

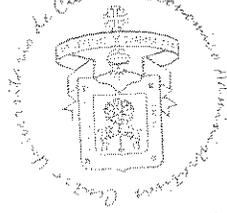
## 23.- Instancias que aprobaron el programa

ACADEMIA DE ECONOMIA DE LA EMPRESA Y FINANCIERA, DEPARTAMENTO DE ECONOMIA.

## 24.- Archivo (Documento Firmado)



Presidente de la Academia



Jefe del Departamento

DEPARTAMENTO DE  
ECONOMIA



Perifoneo No. 799 A un costado de Reclama, Nucleo Universitario los Belenes 45100  
Zapopan Jalisco, México  
tel. 37 70 33 00 ext. 25445  
www.cucea.udg.mx