



Asignatura: Dirección Estratégica, Planificación y Gestión del Cambio
Código: 31873
Centro: Facultad de Psicología UAM
Titulación: Máster Oficial
Nivel: Estudios de Posgrado
Tipo: Obligatoria
Nº. de Créditos: 2 ECTS
Curso Académico: 2013/2014

1. ASIGNATURA / COURSE TITLE

Dirección Estratégica, Planificación y Gestión del Cambio

1.1. Código / Course number

31873

1.2. Materia/ Content area

Economía de la Innovación

1.3. Tipo / Course type

Obligatoria

1.4. Nivel / Course level

Estudios de Posgrado

1.5. Curso / Year

2013/2014

1.6. Semestre / Semester

1º

1.7. Número de créditos / Credit allotment

2 ECTS

1.8. Requisitos previos / Prerequisites

Ninguno



Asignatura: Dirección Estratégica, Planificación y Gestión del Cambio
Código: 31873
Centro: Facultad de Psicología UAM
Titulación: Máster Oficial
Nivel: Estudios de Posgrado
Tipo: Obligatoria
Nº. de Créditos: 2 ECTS
Curso Académico: 2013/2014

1.9. Requisitos mínimos de asistencia a las sesiones presenciales/ **Minimum attendance requirement**

La asistencia es obligatoria en, al menos, el 70% de las clases

1.10. Datos del equipo docente / **Faculty data**

Patricio Morcillo Ortega

Universidad Autónoma de Madrid
Departamento de Organización de Empresas
Edif. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales
Módulo E-VIII / Despacho 312
Campus de Cantoblanco
patricio.morcillo@uam.es
914976314
www.patriciomorcillo.com

1.11. Objetivos del curso / **Course objectives**

El objetivo del curso consiste en intentar dar un valor y dimensión estratégica a la innovación y tecnología. Pero, más allá, de esta finalidad, se hace especial hincapié en el proceso estratégico de una empresa innovadora y en la cultura partiendo de la base que una organización no puede definir “lo que quiere hacer” (la estrategia) sin, previamente, establecer “lo que es y quiere ser” (la cultura).

COMPETENCIAS Y RESULTADOS DEL APRENDIZAJE QUE EL ESTUDIANTE ADQUIERE CON DICHO MÓDULO / MATERIA

Entender el proceso de administración de las organizaciones en sus distintas etapas: planificación, organización, gestión de los recursos humanos, dirección y control.

Desarrollar una visión integradora de la Estrategia y la Planificación.

Valorar la importancia de la planificación empresarial.

Profundizar en la naturaleza de la función organizativa y de sus diferentes modelos estructurales.



Asignatura: Dirección Estratégica, Planificación y Gestión del Cambio
Código: 31873
Centro: Facultad de Psicología UAM
Titulación: Máster Oficial
Nivel: Estudios de Posgrado
Tipo: Obligatoria
Nº. de Créditos: 2 ECTS
Curso Académico: 2013/2014

Apreciar la importancia de la gestión de los recursos humanos en las empresas.

Conocer la naturaleza del trabajo directivo.

Comprender la problemática de la gestión del cambio y del desarrollo de la organización.

Valorar la dimensión estratégica de la gestión empresarial, principalmente la filosofía de los modelos de dirección estratégica.

1.12. Contenidos del programa / **Course contents**

Existe, por parte de los empresarios, una concienciación y una unidad de criterios respecto a los efectos benéficos que producen las innovaciones tecnológicas en el desarrollo de la actividad económica. Sin embargo, resulta indispensable insistir en lo crucial que puede ser para sus entidades una adecuada planificación de sus recursos tecnológicos apoyándose en una eficaz gestión de personal y en una administración eficiente de los medios, procesos, conocimientos, patentes y sistemas de información, los cuales componen el patrimonio más valioso de las empresas.

Tras una introducción que aborde los fundamentos del análisis estratégico (evolución de los procesos estratégicos empresariales desde la aparición de los planteamientos lineales hasta las propuestas más flexibles e integradas) y de la gestión de la innovación (fundamentos), el programa se estructura en dos partes claramente diferenciadas.

La primera parte, introduce el análisis de la cultura corporativa, en general, y de la cultura de innovación, en particular. Una vez centrado el tema, se estudian los cinco elementos constitutivos del modelo de cultura de innovación empresarial, a saber: el estilo corporativo, la teoría de recursos y capacidades, con especial atención al enfoque de competencias, el fomento de la creatividad, el diseño de estructuras organizativas y el aprendizaje organizativo y, por último, la vigilancia e inteligencia tecnológica desplegada por la empresa.

En cuanto a la segunda parte del programa, en ésta se analiza la formulación, evaluación y selección de la estrategia de innovación y se hace hincapié en las fases de implantación y control de la estrategia. Igualmente, en esta parte se incide en el carácter estratégico de las competencias empresariales mostrando como éstas operan a la hora de delimitar “lo que



Asignatura: Dirección Estratégica, Planificación y Gestión del Cambio
Código: 31873
Centro: Facultad de Psicología UAM
Titulación: Máster Oficial
Nivel: Estudios de Posgrado
Tipo: Obligatoria
Nº. de Créditos: 2 ECTS
Curso Académico: 2013/2014

está en disposición de poder hacer especialmente bien la empresa” en función de la cartera de recursos y capacidades que domina.

El curso concluye analizando el papel que hoy desempeñan las nuevas tecnologías y las innovaciones en la definición de los nuevos modelos de negocio.

1.13. Referencias de consulta / [Course bibliography](#)

Básica:

- Morcillo, P. (2006): Cultura e innovación empresarial. Thomson, Madrid.
- Morcillo, P. (1997): La Dirección Estratégica de la Tecnología e Innovación. Civitas. Madrid.
- Prahalad, C. K.; Krishnan, M. S. (2011) La nueva era de la innovación. McGraw-Hill, México.
- Bueno, E. y otros: (2006) Dirección estratégica. Pirámide, Madrid.
- Robert, E. (1996): Gestión de la innovación tecnológica. COTEC, Madrid.

Complementaria:

- Bienaymé, A. (1994): L'economie des innovations technologiques. PUF, París.
- Dosi, G. (1988): Sources, Procedures and Microeconomic Effects of Innovations. Journal of Economic Literature, vol XXVI.
- Dussauge, P. y Ramanantsoa, B. (1987): Technologie et stratégie et stratégie d'entreprise. McGraw-Hill, París.
- Freeman, (1974): The Economics of Industrial Innovation. Harmondsworth Niddlesex. Penguin Books (Hay versión española: La teoría económica de la innovación industrial. Ariel, Barcelona, 1967).
- Gest (1986): Grappes technologiques. Les nouvelles strategies d'entreprise. McGraw-Hill. París.
- Grant, R.M. (1991): The Resource Based Theory of Competitive Advantage: Implications for Strategy Formulation. California Management Review, nº 33.
- Morcillo, P. (1995): La innovación en la empresa: un factor de supervivencia. AECA, Documento nº 7, Madrid.



Asignatura: Dirección Estratégica, Planificación y Gestión del Cambio
Código: 31873
Centro: Facultad de Psicología UAM
Titulación: Máster Oficial
Nivel: Estudios de Posgrado
Tipo: Obligatoria
Nº. de Créditos: 2 ECTS
Curso Académico: 2013/2014

- Morin, J. (1985): L'excellence technologique. Publi Unión, París.
- OCDE (1992): Francasti Manual. NESTI 1992 versión. Main text. DSTI/STII/STP/NESTI (92). Marzo. París.
- Pavitt, K. (1994): What do we really know about innovation dynamics. EUNETIC Conference. vol. 2.
- Peteraf, M.A. (1993): The Cornerstones of Competitive Advantage. A Resource-based view. Strategic Management Journal, nº 14.
- Roussel, P.; Saad, K. y Erickson, T. (1991): Third Generation R&D. Harvard Business School Press. Boston. (Hay versión española:"Tercera Generación de I+D", McGraw-Hill, Madrid, 1991).
- Rumelt, R.; Schendel, D. y Teece, D. (1994): Fundamental Issues in Strategy: A Research Agenda for the 1990's. Harvard Business School Press, Boston, Mass.
- Shumpeter, J.A. (1963): Teoría del desenvolvimiento economico. Fondo de Cultura Económica, México (Primera versión en alemán de 1911).
- Wernerfelt, B. (1984): A resource based-view of the firm. Strategic Management Journal, nº 5.

2. Métodos Docentes / Teaching methodology

En este curso se van a realizar tres tipos de actividades:

- Clases teóricas, en las que además de impartir la materia prevista se espera de los estudiantes que participen activamente en su desarrollo. A tal efecto se espera hayan preparado la bibliografía que se recomienda para cada tema.
- Casos prácticos
- Realización de un trabajo final, en la que el estudiante deberá demostrar no sólo que ha asimilado los conocimientos necesarios para superar la asignatura, sino también su capacidad para el análisis crítico y su habilidad para la argumentación y / o inferencia lógica.

3. Tiempo de trabajo del estudiante / Student workload

Esta asignatura tiene asignada una carga total de trabajo para el estudiante de 2 créditos ECTS. Traducido en horas, esto significa que para superar la asignatura deberá realizarse un esfuerzo equivalente a 50 horas de



trabajo en todo el semestre. La distribución por actividades del trabajo es la siguiente:

Actividades presenciales	Horas (Créditos ECTS)	Trabajo personal el/la	Horas (Créditos ECTS)
Exposiciones y debate	20% 10	Discusión de casos y materiales	30% 15
Prácticas (aula, laboratorio, ordenador y campo) y Seminarios	10% 5	búsqueda de información y elaboración de casos prácticos.	15% 7,5
Tutorías grupales e individuales	2% 1		
Evaluación	3% 1,5	Estudio	20% 10
Total horas presenciales	35% 20	Total horas de trabajo personal	65% 30

La docencia se organiza en torno a clases teóricas y a casos prácticos.

- A través de las clases teóricas, se expondrán y analizarán en profundidad las distintas cuestiones comprendidas en el programa.
- Mediante la resolución de los casos prácticos, los alumnos tendrán la ocasión de aplicar los conocimientos adquiridos en la teoría.

4. Métodos de evaluación y porcentaje en la calificación final / Evaluation procedures and weight of components in the final grade

Trabajo final: 40 %
Exposición: 30 %
Casos prácticos: 30 %



Asignatura: Dirección Estratégica, Planificación y Gestión del Cambio
Código: 31873
Centro: Facultad de Psicología UAM
Titulación: Máster Oficial
Nivel: Estudios de Posgrado
Tipo: Obligatoria
Nº. de Créditos: 2 ECTS
Curso Académico: 2013/2014

5. Cronograma* / Course calendar

Introducción a la Dirección Estratégica y Fundamentos: primera sesión. Esta introducción incluye la discusión y resolución de 1 caso práctico.

Parte I: Cultura de innovación: Estilo corporativo de la empresa (segunda sesión), Enfoque de competencias (tercera sesión), Fomento de la creatividad, Estructuras organizativas y Aprendizaje y Vigilancia e inteligencia tecnológica (cuarta sesión). Esta primera parte incluye, la discusión y resolución de 2 casos prácticos y 1 ejercicio.

Parte II: Estrategias de innovación: formulación, evaluación y selección de la estrategia y Los nuevos modelos de negocio (quinta sesión). Esta segunda parte incluye la discusión y resolución de 1 caso práctico.

Sesiones	Contenido	Horas presenciales	Horas no presenciales del estudiante
1	Introducción a la Dirección Estratégica	4	6
2	Cultura corporativa y cultura de innovación:	2	3
2	Estilo corporativo de la empresa	2	3
3	Enfoque de competencias	2	3
3		2	3
4	Fomento de la creatividad	3	3
4	Estructuras organizativas y Aprendizaje organizativas	1	2
4	Vigilancia e inteligencia tecnológica	1	1
5	Teoría de la ventaja adaptativa	1	1
5	Estrategias de innovación: Formulación, evaluación y selección de la estrategia	2	4
5	Los nuevos modelos de negocio	1	1

*Este cronograma tiene carácter orientativo.