



VERDAD, BELLEZA, PROBIDAD



**Facultad de
Comercio y
Administración
Victoria**

BASES TEÓRICAS EN DIRECCIÓN DE EMPRESAS

PROGRAMA EDUCATIVO:	Doctorado en Ciencias Administrativas
MODALIDAD:	Presencial
MODELO DE FORMACIÓN:	Competencias
TIPO:	Único
PERIODO	1er Cuatrimestre
LUGAR	Aulas de Posgrado de la FCAV
CRÉDITOS	6 (seis)
HORAS	40 Horas

OBJETIVO GENERAL

EL curso tiene como finalidad que el estudiante sea capaz de identificar la calidad de las publicaciones por el índice y plataforma en la que se encuentran, sea capaz de buscar y obtener lecturas científicas recientes, de calidad científica y del área de investigación (ciencias administrativas), identificar autores, revistas y años de publicación de diversas temáticas, los principales elementos de un producto científico, teorías y modelos para el desarrollo de su planteamiento de investigación, usar gestores de referencias para organizar sus lecturas e insertar las citas y bibliografía y sea capaz de comunicar, de forma oral y escrita, sus conocimientos adquiridos al analizar la literatura.

Lo anterior fortalecerá los conocimientos necesarios para realizar investigaciones innovadoras, tanto cualitativas como cuantitativas en el área de las Ciencias de la Administración. Esto permitirá el desarrollo del pensamiento interdisciplinario, considerando las variables de carácter contextual, tales como la globalización, la integración regional y el tránsito hacia una nueva sociedad basada en la información y el conocimiento.

PROGRAMA DE LA ASIGNATURA

Unidad 1. Elaboración de un proyecto donde se aplican los conocimientos actuales de la Administración.

- 1.1 Plataformas de bases de datos (Web of Science, CONACYT, Scopus, Scimago), Sitios web de descarga de productos científicos de paga (Sci-Hub y Libgen).
- 1.2 Detección de los elementos de un artículo científico y su uso para el desarrollo de su protocolo de investigación.
- 1.3 Gestor de referencias Medeley (usos y descarga).
- 1.4 Análisis de la calidad de los artículos científicos.
- 1.5 Desarrollo del planteamiento del problema de investigación, índice del marco teórico, modelo (en su caso), hipótesis tentativas aplicando conocimientos actuales del área de la administración.
- 1.6 Exposición del protocolo de investigación

Unidad 2. La importancia de la dirección.

- 2.1 Competencias de los directivos, los papeles que pueden asumir y sus destrezas.
- 2.2 El proceso de toma de decisiones y derivar sus consecuencias potenciales.
- 2.3 El proceso de implantación de sistemas de información en la organización.

Unidad 3. El proceso administrativo, planeación estratégica, diseño organizacional y dirección de recursos humanos.

- 3.1 El proceso de planeación estratégica y sus circunstancias, seguimiento, puesta en marcha y control.
- 3.2 Opciones de diseño organizativo y su adaptación al tipo de negocio.

3.3 Posibles alternativas ante las actuales políticas de recursos humanos.

Unidad 4. Cambio organizativo, creatividad, innovación y aprendizaje.

4.1 Fuerzas que provocan un cambio organizativo y el establecimiento de mecanismos que fomentan la innovación en las organizaciones.

4.2 Gobernanza y liderazgo transformacional como promotores del intraemprendimiento y la innovación en las organizaciones.

4.3 Gestión de las tecnologías de la información para el diseño de estrategias.

4.4 Nuevos entornos empresariales y reestructura de la cadena de valor y suministro de las organizaciones.

Unidad 5. Análisis de mercado, del entorno legal y responsabilidad social y ética en los negocios.

5.1 Tipos de fallos de mercado y sus consecuencias.

5.2 Características que definen el entorno en que desarrollan su actividad las organizaciones y valorar su influencia en el desempeño de las mismas.

5.3 Cultura organizativa y sus componentes.

5.4 Actividades éticas y socialmente responsables en las organizaciones y valorar su influencia en el desempeño organizativo.

EVALUACIÓN

ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

El estudiante demostrará que ha alcanzado los resultados del aprendizaje mediante las siguientes actividades de evaluación:

ACTIVIDAD	PUNTAJE ASIGNADO
Protocolo de Investigación	50%
Detección de literatura para proyecto	30%
Exposición del Proyecto de investigación	20%

METODOLÓGICA GENERAL

El proceso de aprendizaje que se ha diseñado para esta asignatura se basa en lo siguiente:

El programa presentado se establece por ocho sesiones de cuatro horas durante las cuales se llevará a cabo la explicación del profesor y exposiciones de los estudiantes en las últimas sesiones. Durante cada sesión se ofrecerá una visión panorámica, desde el punto de vista académico sobre las temáticas dentro del área de la administración y la manera de detectar literatura que les ayude a formular propuestas de investigación actuales y pertinentes dentro del área de la administración.

Se dará especial importancia al planteamiento del problema de investigación a partir de literatura científica de rigor y al uso de un gestor de referencias para insertar las citas y la bibliografía. Ello permite que este curso sea útil como punto de partida para continuar el desarrollo de su tesis doctoral puesto que su protocolo de investigación sufrirá cambios a lo largo de sus estudios doctorales (y posterior a los mismos seguirán revisando literatura) y es importante que conozcan las plataformas que son más relevantes para detectar literatura actual y pertinente de temáticas, modelos y teorías acordes al área de la administración. Para llevar a cabo los objetivos planteados, se establece como requisito previo a cada sesión que los estudiantes realicen las tareas encargadas en las que se pide la aplicación de los temas y herramientas analizadas en las sesiones previas.

Auxiliares didácticos:

- Equipo de cómputo
- Internet
- Power Point
- Pizarrón interactivo
- El servicio de bases de datos de Facultad de Comercio y Administración Victoria (Proquest, Scienccdirect) y UAT, como herramienta de investigación.

BIBLIOGRAFÍA

1. Fernández Sánchez Esteban, Junquera Cimadevilla Beatriz y del Brío González Jesús del Ángel (2008). *Iniciación en los negocios. Aspectos directivos*. Madrid: Thomson Paraninfo. ISBN: 9788497326643.

Unidad 2.

Camelo-Ordaz, M. C. y Valle-Cabrera, R. (2005). Efectos de la diversidad del equipo de alta dirección y del proceso de búsqueda de acuerdos en la visión innovadora de las empresas. *Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa*, 23, 5-30.

Dwyer, D. J. y Arbelo, M. (2012). The role of social cognition in downsizing decisions. *Journal of Managerial Psychology*, 27(4), 383-405.

Jonas, D. (2010). Empowering project portfolio managers: How management involvement impacts project portfolio management performance. *International Journal of Project Management*, 28, 818–831.

Unidad 3.

Ageron, B., Gunasekaran, A. y Spalanzani, A. (2012). Sustainable supply management: An empirical study. *International Journal of Production Economics*, 140(1), 168–182.

García Zambrano, L., García Merino, J. D. y Rodríguez Castellanos, A. (2012). Impacto de la inversión en capital humano sobre el valor empresarial. *Academia. Revista Latinoamericana de Administración*, 51, 15-26.

Giunipero, L. C., Hooker, R. E. y Denslow, D. (2012). Purchasing and supply management sustainability: Drivers and barriers. *Journal of Purchasing & Supply Management*, 18, 258–269.

González González, J. M. (2012). Reingeniería de procesos de negocio (BPR): Análisis de un caso desde la perspectiva del nuevo institucionalismo sociológico. *Innovar*, 22(46), 129-148.

Greco, M. Cricelli, L. y Grimaldi, M. (2013). A strategic management framework of tangible and intangible assets. *European Management Journal*, 31, 55–66.

Hacklin, F. y Wallnöfer, M. (2012). The business model in the practice of strategic decision making: Insights from a case study. *Management Decision*, 50(2), 166-188.

Martins Serra, C. E. y Kunc, M. (2015). Benefits realisation management and its influence on project success and on the execution of business strategies. *International Journal of Project Management*, 33, 53–66.

O'Neill, P. y Sohal, A. S. (1999). Business process reengineering a review of recent literature. *Technovation* 19, 571–581.

Pierce, J. R. y Aguinis, H. (2013). The too-much-of-a-good-thing effect in management. *Journal of Management*, 39(2), 313-338.

Sung S. Y. y Choi J. N. (2014). Multiple dimensions of human resource development and organizational performance. *Journal of Organizational Behavior*, 35, 851–870.

Wright, P. M., Dunford, B. B. y Snell, S. A. (2001). Human resources and the resource based view of the firm. *Journal of Management*, 27, 701–721.

Unidad 4.

Fraj Andrés, E., Matute Vallejo, J. y Melero Ploa, I. (2013). El aprendizaje y la innovación como determinantes del desarrollo de una capacidad de gestión medioambiental proactiva. *Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa*, 16, 180–193.

Knight, C. y Haslam, S. A. (2010). Your place or mine? Organizational identification and comfort as mediators of relationships between the managerial control of workspace and employees' satisfaction and well-being. *British Journal of Management*, 21, 717–735.

Pineda-Zapata, U., Pérez-Ortega, G. y Arango-Serna, M. (2012). Medición del impacto de las competencias laborales en la productividad de los procesos: caso de una empresa manufacturera. *Innovar*, 22(45), 37-50.

Unidad 5.

- Arce-Urriza, M. y Cebollada-Calvo, J.-J. (2011). Una comparación del comportamiento del consumidor en los canales online y offline: sensibilidad al precio, lealtad de marca y efecto de las características del producto. *Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa*, 14, 102–111.
- Bravo, R., Matute, J. y Pina, J. M. (2011). Efectos de la imagen corporativa en el comportamiento del consumidor. Un estudio aplicado a la banca comercial. *Innovar*, 21(40), 35-51.
- Buila, I., Martínez, E. y Montaner, T. (2012). La influencia de las acciones de marketing con causa en la actitud hacia la marca. *Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa*, 15, 84–93.
- Cabeza-García, L., Martínez Campillo, A. & Marbella-Sánchez Federico. (2010). Análisis de la relación entre los resultados sociales y económicos de las cajas de ahorros españolas: un caso de responsabilidad social corporativa. *Innovar*, 20(37), 33-46.
- de Godos Díez, J. L., Fernández Gago, R. y Cabeza García, L. (2012). Propiedad y control en la puesta en práctica de la RSC. *Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa*, 15, 1–11.
- de los Ríos Berjillos, A., Ruiz Lozano, M., Tirado Valencia, P. y Carbonero Ruz, M. (2012). Una aproximación a la relación entre información sobre la responsabilidad social orientada al cliente y la reputación corporativa de las entidades financieras españolas. *Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa* 15, 130–140.
- Estrada, M., Sánchez, J., Moliner, M. A. y Fandos, J. C. (2010). Antecedentes y consecuencias de la actitud ante el anuncio en las personas mayores. Un análisis empírico, *Innovar*, 20(37), 149-162.
- García-Canal, E., Valdes-Llaneza, A. y Sanchez-Lorda, P. (2013). Ámbito de la cooperación y forma de gobierno de las alianzas tecnológicas. *Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa*, 16, 71–82.
- González-Benito, O., Martínez-Ruiz, M. P. y Mollá-Descals, A. (2011). Determinación de precios óptimos en el sector de la distribución comercial en España aplicación de un enfoque de competencia asimétrica. *Innovar*, 21(40), 53-65.
- Heras Saizarbitoria, I. y Arana Landín, G. (2011). Impacto de la certificación ISO 14001 en el rendimiento financiero empresarial: Conclusiones de un estudio empírico. *Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa*, 14, 112–122.
- Kim, J.-Y., Natter, M. y Spann, M. (2009). Pay what you want: a new participative pricing mechanism. *Journal of Marketing*, 73, 44-58.
- Martínez-Campillo, A., Cabeza-García, L. y Marbella-Sánchez, F. (2013). Responsabilidad social corporativa y resultado financiero: Evidencia sobre la doble dirección de la causalidad en el sector de las cajas de ahorros. *Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa*, 16, 54–68.
- Plaza Úbeda, J. A., de Burgos Jiménez, J. y Belmonte Ureña, L. J. (2011). Grupos de interés, gestión ambiental y resultado empresarial: Una propuesta integradora. *Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa*, 14, 151–161.
- Vera Martínez, J. (2008). Perfil de valor de marca y la medición de sus componentes. *Academia, Revista Latinoamericana de Administración*, 41, 69-89.