



1. Nombre de la Asignatura	2. Nivel de formación	3. Clave de la Asignatura	
<b>Teoría Administrativa</b>	<b>Doctorado</b>	<b>19803</b>	
4. Prerrequisitos	5. Área de Formación	6. Departamento	
<b>Ninguno</b>	<b>Básica Particular Obligatoria</b>	<b>Mercadotecnia y Negocios Internacionales</b>	
7. Modalidad	8. Tipo de Asignatura:		
<b>Presencial</b>	<b>Curso, Taller</b>		
9. Carga Horaria			
<b>Teoría: 80</b>	<b>Práctica: 0</b>	<b>Total: 80</b>	<b>Créditos: 6</b>
10. Trayectoria de la asignatura			
<b>No requiere asignatura previa</b>			

### Contenido del Programa

#### 11. Presentación

Liderazgo, Estrategia, Cultura, Estructura, Tecnología, cambio e incertidumbre son las principales variables que afectan a una organización donde el individuo juega un rol primordial. Es a través del conocimiento de la teoría administrativa donde se realizan los estudios de las principales aportaciones que se han generado, así como las posibles tendencias que en esta sociedad del conocimiento pudieran irse desarrollando, propiciando que por medio de los análisis y debates sobre las aportaciones se pudiesen prospectar en futuros modelos. Es así, que esta asignatura presenta los conceptos, características y la historia de las diferentes corrientes del pensamiento administrativo que coadyuven a desarrollar una visión de posibles modelajes administrativos a desarrollarse, considerando las realidades de cada momento histórico.

#### 12.- Objetivos del programa

- Analizar los principales tendencias de la administración y su historia
- Debatir sobre las aportaciones de los diversos autores al conocimiento administrativo, para que con base en ello, se pudiesen generar nuevos paradigmas en el campo.
- Realizar análisis los modelos generados por diversos autores, propiciando un artículo que sea clave en el comienzo de su tesis y/o al conocimiento del management.

#### Objetivo General

Que el estudiante sea capaz de analizar, debatir y generar aportaciones acerca de los conocimientos de la administración, propiciando se desarrollen propuestas de valor, por medio de modelos de administración innovadores que contribuyan a su tesis doctoral y/o al



conocimiento como estado del arte, considerando a la organización y su impacto social

13.-Contenido

El contenido se muestra tanto temático como desarrollado

Contenido temático

El contenido temático se basa en la presentación y desarrollo de cuatro unidades

Contenido desarrollado

El contenido desarrollado se compone de cuatro unidades

Unidad 1. Introducción a la teoría administrativa

Objetivos particulares de la unidad

El estudiante conocerá los orígenes de la administración, y sus principales escuelas del conocimiento

Desarrollo

- 1.1. La teoría como ciencia o arte
- 1.2. Evolución y desarrollo del pensamiento administrativo
- 1.3. Administración científica como revolución mental
- 1.4. Teoría clásica de la administración
- 1.5. Teoría neoclásica de la administración
- 1.6. Escuela humanista
- 1.7. Escuela empírica de la administración
- 1.8. Escuelas matemáticas y teoría de decisiones
- 1.9 Teoría estructural y de procesos
- 1.10 Escuela de los sistemas sociales
- 1.11 Teoría de sistemas

Unidad 2. Estrategia, estructura, procesos y tecnología

Objetivos particulares de la unidad

- a. Analizar los principales aportes al conocimiento respecto a estrategia, estructura, procesos y tecnología
- b. Debatir las aportaciones al conocimiento en esas cuatro elementos del management
- c. Explicar las aportaciones al conocimiento han evolucionado y los nuevos paradigmas

Desarrollo

- 2.1. Práctica de la administración
- 2.2. Procesos de descentralización
- 2.3. Administración por objetivos
- 2.4. La administración y la educación
- 2.5. Crecimiento internacional
- 2.6. Teoría de la agencia
- 2.7. Estrategia, procesos y tecnología
- 2.8. Estrategia corporativa
- 2.9. Adquisición y conglomerados



- 2.10. Organización y ambiente
- 2.11. Grid administrativa
- 2.12. Teorías de la calidad
- 2.13. Planeación de escenarios
- 2.14. Matriz de crecimiento
- 2.15. Estudios sobre la excelencia organizacional
- 2.16. Curvas de experiencia y aprendizaje
- 2.17. Integración vertical
- 2.18. Alianzas estratégicas
- 2.19. Océanos azules
- 2.20. Balance scorecard
- 2.21. Las competencias centrales de la organización
- 2.22. Ventaja competitiva

Unidad 3. Liderazgo, cultura, cambio y capital humano

Objetivos particulares de la unidad

- a. Analizar los aportes respecto a liderazgo, cultura, cambio y capital humano que se han generado en el management.
- b. Debatar sobre los tópicos de liderazgo, cultura, gestión del cambio y potenciación del capital humano
- c. Explicar las aportaciones que siguen teniendo vigencia y las tendencias del conocimiento en los temas de Liderazgo, cultura, cambio y desarrollo del capital humano

Desarrollo

- 3.1. Liderazgo y gerencia
- 3.2. Cambio y cultura organizacional
- 3.3. Empowerment
- 3.4. Desarrollo de la cultura emprendedora
- 3.5. Organizaciones flexibles
- 3.6. Cultura corporativa
- 3.7. Gobierno corporativo
- 3.8. Teorías X, Y, Z
- 3.9. La cultura y valores Schein
- 3.10. Administración por valores
- 3.11. La responsabilidad social corporativa
- 3.12. Entrenamiento de sensibilidad
- 3.13. La quinta disciplina
- 3.14. Aprendizaje en las organizaciones
- 3.15. Cross Culture
- 3.16. Conflicto y toma de decisiones

Unidad 4. Aportes en la nueva sociedad del conocimiento

Objetivo particular de la unidad

- a. Analizar los aportes que se van generando en la frontera del conocimiento de la administración y las tendencias



- b. Argüir sobre las nuevas aportaciones al conocimiento
- c. Plantear los impactos que las nuevas aportaciones a la administración pueden propiciar cambios y mejoras en la sociedad, así como en los proyectos de tesis de los estudiantes

#### Desarrollo

- 4.1. Sociedad del conocimiento
- 4.2. Retorno a la nueva responsabilidad social
- 4.3. Ecología industrial
- 4.4. Filantropía corporativa
- 4.5. Innovación disruptiva
- 4.6. Innovación en reversa
- 4.7. Emprendimiento corporativo
- 4.8. Brand equity
- 4.9. Industria 4.0
- 4.10 Big data y sus impactos en la gestión
- 4.11 Inteligencia artificial en las organizaciones
- 4.12 Transformación digital
- 4.13 Nuevos líderes
- 4.14 Ecosistemas de negocios
- 4.15. Organizaciones esbeltas (Lean)
- 4.16. Ciudadano corporativo
- 4.17. Analítica herramienta de desarrollo
- 4.18. Creación de cultura orientada a los datos y la inteligencia artificial
- 4.19. La paradoja de la autenticidad
- 4.20. Desarrollando nuevos paradigmas en tiempos de pandemia

#### 14. Actividades Prácticas

- a. Realización de lecturas de artículos relacionados a la teoría administrativa, así como su análisis de impacto en la organización y en la sociedad
- b. Presentación por parte de los estudiantes de temas selectos
- c. Debate grupal
- d. Propuestas de modelos basados en las teorías de la administración que contribuyan a su tesis o al conocimiento

#### 15.- Metodología

Lectura de artículos que han aportado al conocimiento, con presentación individual de los modelos de teoría administrativa y basadas en la argumentación mediante la técnica del debate

#### 16.- Evaluación

1) Trabajos de investigación	50%
2) Exposiciones artículos	25%
3) Análisis y debate	25%

#### 17.- Referencias

Abernathy, W. J. (1974). Limits of the learning curve. Harvard Business Review, 52, 109-119.



- Adner, R. (2006). Match your innovation strategy to your innovation ecosystem. *Harvard Business Review*, 84(4), 98.
- Alshmemri, M., Shahwan-Akl, L., & Maude, P. (2017). Herzberg's two-factor theory. *Life Science Journal*, 14(5), 12-16.
- Anthony, S. D., Eyring, M., & Gibson, L. (2006). Mapping your innovation strategy. *Harvard Business Review*, 84(5), 104-13.
- Anthony, S., Duncan, D., & Siren, P. M. (2014). Build an innovation engine in 90 days. *Harvard Business Review*, 92(12), 60-68.
- Argyres, N., & McGahan, A. M. (2002). Introduction: Michael Porter's competitive strategy. *Academy of Management Perspectives*, 16(2), 41-42.
- Argyris, C. (1966). Interpersonal barriers to decision making. *Journal of Occupational and Environmental Medicine*, 8(11), 611.
- Argyris, C. (1977). Double loop learning in organizations. *Harvard Business Review*, 55(5), 115-125.
- Argyris, C. (1986). Skilled incompetence. *Harvard Business Review*, 64(5), 74-79.
- Argyris, C. (1994). Good communication that blocks learning. *Harvard Business Review*, 72(4), 77-85.
- Argyris, C. (2008). Teaching smart people how to learn. Harvard Business Review Press.
- Bleeke, J., & Ernst, D. (1995). Is your strategic alliance really a sale?. *Harvard Business Review*, 73(1), 97-105.
- Boudreau, K. J., & Lakhani, K. R. (2013). Using the crowd as an innovation partner. *Harvard Business Review*, 91(4), 60-9.
- Campbell, A., & Goold, M. (1995). Corporate strategy: The quest for parenting advantage. *Harvard Business Review*, 73(2), 120-132.
- Chen, M., Mao, S., & Liu, Y. (2014). Big data: A survey. *Mobile networks and applications*, 19(2), 171-209.
- Christensen, C. M. (2007). Disruptive innovation: can health care learn from other industries? A conversation with Clayton M. Christensen. Interview by Mark D. Smith. *Health affairs (Project Hope)*, 26(3), w288-95.
- Christensen, C. M., & Mangelsdorf, M. E. (2009). Good days for disruptors. *MIT Sloan Management Review*, 50(3), 67.
- Christensen, C. M., Baumann, H., Ruggles, R., & Sadtler, T. M. (2006). Disruptive innovation for social change. *Harvard Business Review*, 84(12), 94.
- Christensen, C. M., Horn, M. B., Caldera, L., & Soares, L. (2011). *Disrupting College: How Disruptive Innovation Can Deliver Quality and Affordability to Postsecondary Education*. Innosight Institute.
- Christensen, C. M., Raynor, M. E., & McDonald, R. (2015). What is disruptive innovation. *Harvard Business Review*, 93(12), 44-53.
- Davenport, T. H., & Ronanki, R. (2018). Artificial intelligence for the real world. *Harvard Business Review*, 96(1), 108-116.
- Drayton, B., & Budinich, V. (2010). A new alliance for global change. *Harvard Business Review*, 88(9), 56-64.
- Drucker, P. F. (1967). The effective decision. *Management Review*, 56, 52-55.



- Drucker, P. F. (1971). Drucker on management. Management Publications.
- Drucker, P. F. (1981). Behind Japan's success: Long Range Planning, 14(3), 133.
- Drucker, P. F. (1984). Our entrepreneurial economy. Harvard Business Review, 62(1), 58-64.
- Drucker, P.F. (1994). The Theory of the Business. Harvard Business Review.72 (5), 95-107.
- Drucker, P. F. (2006). What executives should remember. Harvard Business Review, 84(2), 144-53.
- Eisenhardt, K. M. (1989). Agency theory: An assessment and review. Academy of management review, 14(1), 57-74.
- England, G. W. (1983). Japanese and American management: Theory Z and beyond. Journal of International Business Studies, 14(2), 131-142.
- Ernst, D., & Bamford, J. (2005). Your alliances are too stable. Harvard Business Review, 83(6), 133-41.
- Ewen, R. B., Smith, P. C., & Hulin, C. L. (1966). An empirical test of the herzberg two-factor theory. Journal of applied psychology, 50(6), 544.
- Gans, J. (2020). To Disrupt or Not to Disrupt?. MIT Sloan Management Review, 61(3), 40-45.
- Gawel, J. E. (1996). Herzberg's theory of motivation and Maslow's hierarchy of needs. Practical Assessment, Research, and Evaluation, 5(1), 11.
- Gerbert, P., Justus, J., & Hecker, M. (2017). Competing in the age of Artificial Intelligence. The Boston Consulting Group. Boston, 1-7.
- Gosling, J., & Mintzberg, H. (2003). The five minds of a manager. Harvard Business Review, 81(11), 54-63.
- Govindarajan, V. (2012). A reverse-innovation playbook. Harvard Business Review, 90 (4), 120-125.
- Hamel, G. (2015). Innovation starts with the heart, not the head. Harvard Business Review.
- Hamel, G., & Prahalad, C. K. (1990). The core competence of the corporation. Harvard Business Review, 68(3), 79-91.
- Hamel, G., & Prahalad, C. K. (1993). Strategy as stretch and leverage. Harvard Business Review, 71(2), 75-84.
- Hamel, G., & Prahalad, C. K. (1994). Competing for the future. Harvard Business Review, 72(4), 122-128.
- Herzberg, F. (2005). Motivation-hygiene theory. J. Miner, Organizational Behavior I: Essential Theories of Motivation and Leadership, 61-74.
- Jarrahi, M. H. (2018). Artificial intelligence and the future of work: Human-AI symbiosis in organizational decision making. Business Horizons, 61(4), 577-586.
- Jarrahi, M. H. (2018). Artificial intelligence and the future of work: Human-AI symbiosis in organizational decision making. Business Horizons, 61(4), 577-586.
- Johnston, R., & Lawrence, P. R. (1991). Beyond vertical integration—the rise of the value adding partnership. Markets, hierarchies and networks: The coordination of social life, 193-202.
- Kabak, I. W., & Schiff, A. I. (1978). Inventory models and management objectives. Sloan Management Review (pre-1986), 19(2), 53.
- Kane, G. C., Palmer, D., Phillips, A. N., Kiron, D., & Buckley, N. (2019). Accelerating digital innovation inside and out. MIT Sloan Management Review and Deloitte Insights, 60471.



- Kanter, R. M., & Advantage, C. (1994). The art of alliances. *Harvard Business Review*, 72(4), 96-108.
- Kaplan, R. S. (2009). Conceptual foundations of the balanced scorecard. *Handbooks of Management Accounting Research*, 3, 1253-1269.
- Kaplan, R. S., & Norton, D. P. (1996). Using the balanced scorecard as a strategic management system. *Harvard Business Review*,
- Kaplan, R. S., & Norton, D. P. (1998). Putting the balanced scorecard to work. *The Economic Impact of Knowledge*, 27(4), 315-324.
- Kaplan, R. S., & Norton, D. P. (2000). Having trouble with your strategy? Then map it. Focusing Your Organization on Strategy—with the Balanced Scorecard. *Harvard Business Review*, 78(5), 167-176.
- Kaplan, R. S., & Norton, D. P. (2007). Balanced scorecard. In *Das Summa Summarum des Management* (pp. 137-148). Gabler.
- Keys, J. B., & Fulmer, R. M. (1999). Una conversación con Peter Senge: nuevos desarrollos en el aprendizaje organizativo. *Harvard Deusto Business Review*, (92), 22-31.
- Kim, C., & Mauborgne, W. (2004). Blue Ocean Strategy. *Harvard Business Review*, 82(10), 75-84.
- Kim, W. C., & Mauborgne, R. (2014). Blue ocean leadership. *Harvard Business Review*, 92(5), 60-72.
- King, A. A., & Baatartogtokh, B. (2015). How useful is the theory of disruptive innovation?. *MIT Sloan Management Review*, 57(1), 77.
- Kopelman, R. E., Prottas, D. J., & Davis, A. L. (2008). Douglas McGregor's theory X and Y: Toward a construct-valid measure. *Journal of Managerial Issues*, 255-271.
- Kotter, J. P. (2001). What Leaders Really Do. *Harvard Business Review*, 79 (11), 85-96.
- Kotter, J. P., & Schlesinger, L. A. (1989). Choosing strategies for change. In *Readings in strategic management* (pp. 294-306). Palgrave, London.
- Kotter, J.P. (1977). Power, Dependence, and Effective Management. *Harvard Business Review*, 55(4), 125-136.
- Kotter, J.P. (2007). Leading Change: Why Transformation Efforts Fail. *Harvard Business Review*, 86, 97-103.
- Kuan, R. (2019). Adopting AI in Health Care Will Be Slow and Difficult. *Harvard Business Review*, October, 18, 2019.
- Lawrence, P. R., & Lorsch, J. W. (1967). Differentiation and integration in complex organizations. *Administrative Science Quarterly*, 1-47.
- Lawrence, P. R., & Lorsch, J. W. (1967). New management job: the integrator. *Harvard Business Review*.
- Lengnick-Hall, C. A. (1992). Innovation and competitive advantage: What we know and what we need to learn. *Journal of management*, 18(2), 399-429.
- Maidani, E. A. (1991). Comparative study of Herzberg's two-factor theory of job satisfaction among public and private sectors. *Public personnel management*, 20(4), 441-448.
- McAfee, A., Brynjolfsson, E., Davenport, T. H., Patil, D. J., & Barton, D. (2012). Big data: the management revolution. *Harvard Business Review*, 90(10), 60-68.
- McDonald, R., & Eisenhardt, K. (2020). The New-Market Conundrum In emerging industries



- the usual rules of strategy don't apply. *Harvard Business Review*, 98(3), 75-83.
- McGrath, R. G. (2020). The New Disrupters. *MIT Sloan Management Review*, 61(3), 28-33.
- McGregor, D. (1948). The staff function in human relations. *Journal of Social Issues*.
- McGregor, D. (1960). Theory X and theory Y. *Organization theory*, 358, 374.
- McGregor, D. (1972). Uneasy look at performance appraisal. *Harvard Business Review*, 50(5), 133.
- McGregor, D. (1989). The human side of enterprise. *Readings in managerial psychology*, 314-324.
- Mintzberg, H. (1987). Crafting strategy. *Harvard Business Review*,
- Mintzberg, H. (1994). The fall and rise of strategic planning. *Harvard Business Review*, 72(1), 107-114.
- Mintzberg, H. (2009). Rebuilding companies as communities. *Harvard Business Review*, 87(7/8), 140-143.
- Mintzberg, H. (2015). *Rebalancing society: Radical renewal beyond left, right, and center*. Berrett-Koehler Publishers.
- Morse, J. J., & Lorsch, J. W. (1970). Beyond theory Y. *Harvard Business Review*, 61-68.
- Nonaka, I., & Takeuchi, H. (2007). The knowledge-creating company. *Harvard Business Review*, 85(7/8), 162.
- Nonaka, I., & Takeuchi, H. (2011). The wise leader. *Harvard Business Review*, 89(5), 58-67.
- Ouchi, W. G., & Price, R. L. (1978). Hierarchies, clans, and theory Z: A new perspective on organization development. *Organizational Dynamics*, 7(2), 25-44.
- Pardee, R. L. (1990). *Motivation Theories of Maslow, Herzberg, McGregor & McClelland. A Literature Review of Selected Theories Dealing with Job Satisfaction and Motivation*.
- Pascale, R. T. (1978). Zen and the art of management. *Harvard Business Review*, 56(2), 153-62.
- Pisano, G. P. (2015). You need an innovation strategy. *Harvard Business Review*, 93(6), 44-54.
- Porter, M. E. (1979). E., 1979. How Competitive Forces Shape Strategy. *Harvard Business Review*, 57(2), 137-145.
- Porter, M. E. (1989). From competitive advantage to corporate strategy. In *Readings in strategic management* (pp. 234-255). Palgrave, London.
- Porter, M. E. (1998). Clusters and the new economics of competition. *Harvard Business Review*, 76 (6), 77-90.
- Porter, M. E. (2001). Strategy and the Internet. *Harvard Business Review*, 79(3), 63-78.
- Porter, M. E., & Heppelmann, J. E. (2014). How smart, connected products are transforming competition. *Harvard Business Review*, 92(11), 64-88.
- Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2006). The link between competitive advantage and corporate social responsibility. *Harvard Business Review*, 84(12), 78-92.
- Ransbotham, S., Gerbert, P., Reeves, M., Kiron, D., & Spira, M. (2018). *Artificial intelligence in business gets real*. MIT Sloan Management Review and Boston Consulting Group.
- Rigby, D. K., Elk, S., & Berez, S. (2020). The agile c-suite. *Harvard Business Review*, 97 (3).
- Ross, J. (2018). The fundamental flaw in AI implementation. *MIT Sloan Management Review*, 59(2), 10-11.
- Russom, P. (2011). Big data analytics. *TDWI best practices report, fourth quarter*, 19(4), 1-34.
- Sager, K. L. (2008). An exploratory study of the relationships between theory X/Y assumptions





and superior communicator style. *Management Communication Quarterly*, 22(2), 288-312.

Sagiroglu, S., & Sinanc, D. (2013, May). Big data: A review. In 2013 international conference on collaboration technologies and systems (CTS) (pp. 42-47). IEEE.

Schein, E. (2011). Douglas McGregor: theoretician, moral philosopher or behaviorist?: An analysis of the interconnections between assumptions, values and behavior. *Journal of Management History*, 17(2), 156-164.

Schein, E. H. (1985). Defining organizational culture. *Classics of organization theory*, 3(1), 490-502.

Schein, E. H. (1996). *Strategic pragmatism: The culture of Singapore's economic development board* (Vol. 11). MIT Press.

Schein, E. H. (2010). *Organizational culture and leadership* (Vol. 2). John Wiley & Sons.

Senge, P. M. (2000). *La danza del cambio: los retos de sostener el impulso en organizaciones abiertas al aprendizaje*. Editorial Norma.

Senge, P. M. (2005). *La quinta disciplina en la práctica*. Ediciones Granica SA.

Senge, P., Cambron-McCabe, N., Lucas, T., Smith, B., & Dutton, J. (2006). *La quinta disciplina: Escuelas que aprenden: Un manual de la quinta disciplina para educadores, padres de familia y todos los que se interesen en la educación*. Editorial Norma.

Sullivan, J. J. (1983). A critique of theory Z. *Academy of Management Review*, 8(1), 132-142.

Uzzi, B., & Dunlap, S. (2005). How to build your network. *Harvard Business Review*, 83(12), 53.

Villena, V. H., & Gioia, D. A. (2020). A more sustainable supply chain companies tend to focus on their top-tier suppliers, but the real risks come lower down. *Harvard Business Review*, 98(2), 84-93.

Wack, P. (2017). Shooting the rapids. In *Historical Evolution of Strategic Management* (p. 121).

Webb, A. (2020). The 11 Sources of Disruption Every Company Must Monitor. *MIT Sloan Management Review*, 61(3), 65-70.

Winter, A., & Govindarajan, V. (2015). Engineering reverse innovations. *Harvard Business Review*, 91(7), 167-171.

Wu, X., Zhu, X., Wu, G. Q., & Ding, W. (2013). Data mining with big data. *IEEE transactions on knowledge and data engineering*, 26(1), 97-107.

Yaeger, T., & Head, T. C. (2011). Douglas McGregor's legacy: lessons learned, lessons lost. *Journal of Management History*.

Otros materiales

Videoconferencias con el tema relacionado

18.- Perfil del profesor

Profesores del núcleo académico, con experiencia y práctica en el tema, preferentemente incorporados al SNI

19.- Nombre de los profesores que imparten la materia

Dr. José Sánchez Gutiérrez

Dr. Juan Antonio Vargas Barraza

20.- Lugar y fecha de su aprobación (incluyendo la última actualización)

Zapopan, Jalisco a 19 de Febrero de 2020



21.- Instancias que aprobaron el programa (Junta Académica y/o Coordinación del programa)

Por acuerdo colegiado con la Junta Académica del Doctorado en Ciencias de la Administración