

Dirección Estratégica

Curso: 2º	Área de Conocimiento: TEP	Código: DIE
Semestre: 2º	Carga horaria Semanal: 4 Carga horaria Total: 72	
	Pre-requisito: No tiene	

I. OBJETIVOS

Al término del desarrollo de esta materia el alumno será capaz de:

1. Conocer la función y los componentes de la dirección estratégica, de manera de identificar el rol que cumplen en la gestión de los negocios.
2. Considerar la misión como elemento identificador de la clase de negocio o actividad de una empresa, de manera que el empresario pueda diferenciar la cuando sea corporativa, de negocio o funcional.
3. Reconocer las estrategias competitivas genéricas o enfoques a fin que el directivo pueda tener las en cuenta al momento de aplicar en su empresa.
4. Distinguir las fuerzas competitivas del sector, con el objeto de identificar el perfil competitivo del entorno en que se desempeña la empresa.
5. Identificar las actividades estratégicamente relevantes, utilizando la cadena de valor como metodología para el análisis de las fuentes de las ventajas competitivas en casos.

II. CONTENIDO

1. Módulo I. La Naturaleza de la Dirección Estratégica.

- 1.1. La función de la dirección o de pilotaje empresarial.
- 1.2. La gestión directiva: componente técnica y componente humana.
- 1.3. El proceso de dirección.
- 1.4. Concepto de estrategia. Elementos y contenido.
- 1.5. La dirección estratégica. Concepto.
- 1.6. La dirección estratégica. Proceso.
- 1.7. La dirección estratégica. Ejemplo.
- 1.8. Decisiones estratégicas y Decisiones Operativas.
- 1.9. Factores de excelencia empresarial.

2. Módulo II. La Misión y la Visión del Negocio. La Evaluación Externa e Interna del Negocio.

- 2.1. La Misión y La Visión del Negocio
 - 2.1.1. ¿Qué es misión del negocio?
 - 2.1.2. La importancia de la declaración de la misión y de la visión del negocio
 - 2.1.3. Características de la declaración de la misión
 - 2.1.4. Los componentes de la declaración de la misión
 - 2.1.5. Ejemplos de declaración de misión y visión

- 2.1.6. Evaluación de una oportunidad empresarial
- 2.2. La Evaluación Externa e Interna del Negocio
 - 2.2.1. Evaluación externa e interna del negocio
 - 2.2.1.1. Las fuerzas externas del negocio
 - 2.2.1.2. Las fuerzas internas del negocio
 - 2.2.1.3. Las habilidades distintivas
 - 2.2.1.4. Las ventajas competitivas

1. Módulo III. La Estructura Competitiva de un Sector. Fuerzas determinantes de la Competencia.

- 3.1. Introducción.
- 3.2. Metodología para el análisis del entorno.
- 3.3. Competencia potencial. Amenaza de nuevos competidores.
 - 3.3.1. Barreras de entrada.
 - 3.3.2. Características de las barreras de entrada.
 - 3.3.3. Reacción de los competidores existentes.
 - 3.3.4. Estructura de precios bajos.
- 3.4. Rivalidad entre los competidores.
 - 3.4.1. Factores que determinan su intensidad.
 - 3.4.2. Rivalidad cambiante.
- 3.5. Presión de los productos sustitutivos.
- 3.6. Poder negociador de los compradores.
- 3.7. Poder de negociación de los proveedores.
- 3.8. La acción de los poderes públicos.
- 3.9. Cómo actuar sobre las cinco fuerzas competitivas para mejorar el posicionamiento estratégico.
- 3.10. Ejercicio de aplicación.

4. Módulo IV. Estrategias Básicas. Estrategias Genéricas.

- 4.1. Estrategias Básicas
 - 4.1.1. La estrategia producto – mercado. Su revisión.
 - 4.1.2. La estrategia en sus distintos niveles.
 - 4.1.2.1. Estrategia corporativa.
 - 4.1.2.2. Estrategia de negocio.
 - 4.1.2.3. Estrategia funcional.
 - 4.1.3. Las unidades de negocio y la segmentación estratégica.
- 4.2. Estrategias Genéricas.
 - 4.2.1. Introducción.
 - 4.2.2. El planteamiento de Ansoff. La matriz de alternativas estratégicas básicas.
 - 4.2.2.1. Penetración en el mercado.
 - 4.2.2.2. Desarrollo del mercado.
 - 4.2.2.3. Desarrollo del producto.
 - 4.2.2.4. Diversificación.
 - 4.2.3. El enfoque de Porter: estrategias competitivas.
 - 4.2.3.1. Liderazgo en costes o coste global mínimo.
 - 4.2.3.2. Diferenciación.
 - 4.2.3.3. Enfoque, alta segmentación o especialización.
 - 4.2.4. Ejercicio de aplicación.

5. Módulo V. Cadena de Valor y Análisis del Valor. Evaluación y Control de las Estrategias.

- 5.1. Cadena de Valor y Análisis del Valor
 - 5.1.1. Cadena de valor y sistema de valor.
 - 5.1.2. Las actividades de valor.
 - 5.1.2.1. Primarias.
 - 5.1.2.2. Secundarias o de apoyo.
 - 5.1.2.3. Directas, indirectas y de calidad.
 - 5.1.3. Interdependencias horizontales y verticales.
 - 5.1.3.1. Ejercicio de aplicación.
- 5.2. Evaluación y Control de las Estrategias
 - 5.2.1. La Naturaleza de la evaluación de las estrategias.
 - 5.2.2. Actividades para evaluar estrategias.
 - 5.2.2.1. Examen de las bases de la estrategia
 - 5.2.2.2. Comparación de los resultados esperados con los resultados reales.
 - 5.2.2.3. Aplicación de medidas correctivas.
 - 5.2.3. Características de un sistema de evaluación efectivo.

III. SUGERENCIAS METODOLOGICAS

Las sesiones de clase se desarrollarán de manera interactiva con los alumnos, combinando la teoría y la práctica. Para ello se realizarán ejercicios aplicativos, lecturas de textos, fomentando la reflexión, el análisis y el debate. Asimismo se asignarán trabajos prácticos que contribuyan al aprendizaje y construcción de conocimientos.

Considerando la naturaleza de las asignaturas dictadas y las metas establecidas a ser alcanzadas se recomienda hacer uso de las siguientes herramientas metodológicas:

- Clases expositivas a cargo del profesor en la parte teórica en las que prevalecerá el carácter reflexivo de las mismas.
- Análisis de textos.
- Investigación bibliográfica.
- Trabajos individuales y/o grupales para aplicación de contenidos.
- Exposiciones de los estudiantes.
- Sesiones de Plenaria.
- Debates.
- Resolución de problemas.
- Desarrollo de Proyectos.
- Estudio de casos.
- Entre Otras.

IV. EVALUACIÓN

La evaluación del rendimiento académico es un proceso que va más allá de la asignación de notas. Es el proceso mediante el cual se verifica el cumplimiento de logros del estudiante, así como de la metodología aplicada en el desarrollo de la asignatura.

La evaluación formará parte del proceso de clase, ajustándose al Reglamento del Estudiante,

contemplándose básicamente:

- Examen parcial
- Trabajos de Investigación y/o Aplicación individuales o grupales
- Exposiciones individuales y/o grupal
- Trabajo y Participación en Clase
- Examen Final

La evaluación de proceso tendrá una ponderación del 40% y la evaluación final de 60%. La escala de calificación académica a utilizarse es del 1 al 5, considerando que la condición aprobatoria es a partir de la nota 2 (dos).

V. BIBLOGRAFÍA

BÁSICA

- Vargas Sánchez, A. (1998) “LA DIRECCIÓN ESTRATÉGICA DE LA EMPRESA: FUNDAMENTOS PARA LA FORMULACIÓN DE LA ESTRATEGIA”. Editorial Departamento de Publicaciones de la Universidad Columbia del Paraguay. Paraguay.
- Fred R., D. (2003) “ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA”. Editorial Pearson Educación. Novena edición. México

COMPLEMENTARIA

- Mintzberg, H., Quinn, B., Voyer, J. (1997) “EL PROCESO ESTRATEGICO”. Editorial Prentice Hall Hispanoamericana S.A., primera edición.
- Hitt, M.A., Ireland, R.D., Hoskesson, R.E. (2004) “ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA”. Editorial Thompson, Quinta Edición.
- Robbins, S., Coulter M. “ADMINISTRACIÓN”. Editorial Prentice Hall. Sexta Edición.
- Stoner, J., Freeman, E., Gilbert, D. “ADMINISTRACION”. Editorial Prentice Hall. Sexta Edición.