

I- Identificación			
Módulo:	13	Nombre:	Gestión Estratégica
Semestre:	Mes 10-Año 2	Naturaleza:	Teórico práctico
Cantidad de sesiones:	8	Carga horaria total:	36
Horas teóricas:	24	Horas prácticas:	12
Prerrequisitos:	Ninguno	Código:	MI758
Créditos:	4		
Profesor:	Norberto Casimiro Martín Sáinz Bernat, M. Sc., MBA.		
II- Fundamentación:	<p>La Planificación para una Gestión Estratégica se desarrolla de afuera hacia adentro. Eliminar o reducir al mínimo, todos los niveles intermedios de decisión y de transmisión de la información, lo que implica acercar la toma de decisiones a los ejecutores directos de las políticas que de esta forma de acción emanan. Una buena comunicación entre todos los involucrados en el proceso, incluidos los destinatarios de las políticas y los ejecutores de las mismas; y un buen análisis de la realidad basado en la idoneidad de quienes participan en el proceso; en un diálogo constante con los estímulos del medio y en una capacidad ilimitada para reconocer los cambios y poder replantear el siguiente paso.</p> <p>Gestión estratégica integra la administración, mercadotecnia, finanzas, contabilidad, entre otras siendo el arte y la ciencia de formular, implementar y evaluar decisiones que permiten a las organizaciones para alcanzar sus objetivos. Estrategia implica un proceso de planificación acerca de cómo una organización o individuos alcanzarán los objetivos planteados. Debemos conocer que la formulación o el análisis estratégico no aporta la solución a los problemas, pero si realiza una aproximación a su comprensión y afrontamiento.</p>		
III- Objetivos:	<p>Al cursar esta asignatura el alumno será capaz de:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Formular estrategias competitivas en unidades de negocios. • Formular estrategias organizacionales en entornos turbulentos. • Comprender cómo los procesos de análisis y síntesis de la estrategia deben ser apoyados, para su buen éxito, por el resto de las funciones administrativas, tales como organización, dirección y control. • Comprender cómo influye la actitud y el comportamiento de las personas, tales como motivación y liderazgo, y los fenómenos de comunicación y cultura organizacional en la implantación de la estrategia. 		
IV- Contenido:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Introducción <ol style="list-style-type: none"> a. Concepto de estrategia b. Su relación con el resto de las funciones administrativas 2. El proceso clásico en UEN. <ol style="list-style-type: none"> a. Misión y Visión b. Análisis externo c. Análisis interno d. Estrategias competitivas genéricas e. Estrategias funcionales 3. Desempeño del enfoque clásico en entornos turbulentos <ol style="list-style-type: none"> a. Críticas de Grant, Hamel & Prahalad y A. Hax. b. Cinco ideas fuerza 		

	<p>4. Estrategia basada en recursos y capacidades</p> <p>a. Identificación de recursos y capacidades</p> <p>b. Evaluación de recursos y capacidades</p> <p>c. El Propósito Estratégico</p>
V- Estrategia Didáctica:	<p>Se privilegiará la clase activa-participativa, fomentando el intercambio de experiencias reales, opiniones y reflexiones. Se empleará medios audiovisuales para mostrar ejemplos pertinentes. Se expondrá a los estudiantes a experiencias de trabajo grupal e individual.</p> <p>Estas metodologías también permitirán a los estudiantes asumir diferentes roles en sus equipos de trabajo, poniendo en juego sus recursos personales para trabajar en contextos diversos aceptando la diversidad de ideas y planteamientos</p> <p>Los estudiantes construirán conocimientos mediante procesos de investigación y estudio autónomo (individual o grupal), para potenciar sus habilidades de aprendizaje y aplicación de lo aprendido a oportunidades de mejora, tanto personales como organizacionales.</p> <p>Será altamente recomendable la disponibilidad de un Notebook o Tablet a fin de sacar el máximo partido a los ejercicios en clases.</p>
VI- Estrategia de Evaluación:	<p>El curso cuenta con las siguientes evaluaciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Talleres 50% • Trabajo final 50% • Escalas, según reglamento de Postgrado.
VII- Actividad de Extensión:	No se contempla en este módulo
VIII- Bibliografía:	<ol style="list-style-type: none"> 1. PORTER, M. E. (2008). Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors Illustrated Edition. Free Press, June 30, 2008. ISBN-10: 0684841487. ISBN-13: 978-0684841489 2. PORTER, M. E. (2008). Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance Illustrated Edition. Free Press, June 30, 2008. ISBN-10: 0684841465. ISBN-13: 978-0684841465 3. GRANT, R. M. (2021). Contemporary Strategy Analysis. Wiley, 11th Edition, Nov 2021. ISBN: 978-1-119-81523-5. 4. GRANT, R. M. (1991). The resource-based theory of competitive advantage: implications for strategy formulation. California management review, 33(3), 114-135. 5. HAMEL, G. & PRAHALAD, C. K. (2010) Strategic Intent. Harvard Business Review Classics. Jun 21, 2010. ISBN-10: 142213654X. ISBN-13: 978-1422136546. 6. HAMEL, GARY & PRAHALAD, C.K. Competing for the Future. Harvard Business Review Press; Reprint edition (April 1, 1996). ISBN-10 : 9780875847160. ISBN-13 : 978-0875847160