

## PROGRAMA DE ESTUDIO

### A. Antecedentes Generales.

Nombre de la asignatura	: <b>Estrategia I</b>
Código	: EST510
Carácter de la asignatura	: Obligatoria
Pre – requisitos	: Finanzas II, Desarrollo Organizacional, Marketing II, Dirección de la producción, Marco económico de la gestión.
Co – requisitos	: No tiene
Créditos	: 10
Ubicación dentro del plan de estudio (semestre o año)	: 9º Semestre
Número de clases por semanas (incluyendo las prácticas)	: 2 Módulos
Horas académicas de clases por período académico:	68
Horas académicas de prácticas por período académico	: 0

### B. Intenciones Del Curso:

Entregar conceptos modernos y herramientas básicas para comprender la estrategia a nivel corporativo, competitivo y funcional de las empresas. Analizar el entorno dinámico de las industrias, con sus fuerzas externas e internas, identificar factores críticos para competir con éxito y elaborar un plan estratégico para nuevos negocios, coherente con las capacidades de las organizaciones y con las nuevas oportunidades que se generan en un mercado cada vez más globalizado. Por otra parte, se busca inculcar en los estudiantes, el actuar ético en los negocio, además de la autonomía, el trabajo en equipo, el pensamiento reflexivo y la capacidad de gestión.

Por otra parte, en esta asignatura se busca desarrollar las competencias específicas de detección de oportunidades de negocios, integración y aplicación de conocimientos y orientación al desarrollo profesional.

Esta asignatura se ubica en el ciclo de estudios denominado Habilitación profesional y se relaciona directamente con las asignaturas de Finanzas II y Marketing II y transversalmente con todas las áreas de formación.

*\*Este programa puede ser objeto de modificación al inicio del periodo académico\**

*\* This syllabus may be subject to change at the beginning of the semester\**

Competencias Genéricas    Competencias Transversales    Competencias Específicas  
Ética

Autonomía    Trabajo en Equipo

Pensamiento Reflexivo    Capacidad de Gestión    Detección de Oportunidades de Negocios

Integración y Aplicación de conocimientos  
Orientación al Desarrollo Profesional

### **C.    Objetivos Generales Del Curso:**

#### A nivel conceptual:

- Comprender los conceptos fundamentales de la estrategia: Identificación, evaluación, análisis de la industria y los competidores, respuestas estratégica y organizacional a los cambios externos.
- Comprender la naturaleza fundamental del impacto que tiene el diseño de la organización en sus competencias y la indispensable coherencia entre estrategia y organización.

#### A nivel procedimental:

- Desarrollar la capacidad de análisis para percibir y eventualmente anticipar, prevenir y aprovechar los efectos del entorno más allá de las fuerzas dinámicas del mercado.

#### A nivel actitudinal:

- Valorar la importancia de los conocimientos adquiridos para lograr el éxito de las organizaciones que lidere.

### **D.    Contenidos:**

#### UNIDAD 1:    El Concepto de Estrategia Conceptual

- Introducción General.
- Conocer la Visión histórica, conceptos centrales y dimensiones de la estrategia.
- Comprender los Niveles de estrategia y Planificación estratégica.

Procedimental

*\*Este programa puede ser objeto de modificación al inicio del periodo académico\**

*\* This syllabus may be subject to change at the beginning of the semester\**

- Analizar los conceptos trabajados.

## UNIDAD 2: La Estrategia Corporativa

### Conceptual

- Comprender los conceptos Visión, Misión y objetivos de la firma
- Comprender los conceptos Crecimiento y Diversificación
- Conocer Estrategia horizontal: Unidades de Negocio
- Conocer Estrategia vertical: Integración
- Recursos estratégicos y Competencias Esenciales

### Procedimental

- Diseñar estrategias para nuevos negocios.

## UNIDAD 3: La Estrategia Competitiva

### Conceptual

- Conocer el concepto Misión del negocio
- Comprender el análisis externo a la empresa: la Industria
- Conocer El modelo de Porter: seis fuerzas competitivas
- Conocer y comprender Segmentación y Posicionamiento estratégico

### Procedimental

- Aplicar conceptos en análisis industrial
- Diseñar e implementar una estrategia de negocios considerando las variables intervinientes más importantes.

## UNIDAD 4: La Estrategia Funcional

- Comprender la creación de valor
- Comprender el análisis interno de la empresa
- Reconocer la cadena de valor de la empresa
- Comprender Estrategias competitivas genéricas
- Comprender Ventajas competitivas sostenibles
- Comprender Dinámica industrial competitiva
- Comprender Estrategia Internacional: elementos centrales

### Procedimental

- Analizar casos/situaciones que ocurren en variados contextos y regiones

*\*Este programa puede ser objeto de modificación al inicio del periodo académico\**

*\* This syllabus may be subject to change at the beginning of the semester\**

del mundo.

- Implementación de la estrategia: Organización, Liderazgo, y Control Estratégico

### **E. Metodología De Enseñanza:**

En este curso se busca presentar de una manera práctica los contenidos anteriormente señalados, por lo se utilizará una combinación de diversas metodologías: Metodología expositiva, Metodología facilitadora, cuyas técnicas usadas serán trabajos de grupo y debates entre los mismos alumnos, y estudio de casos. Metodología colaborativa con la implementación de discusiones y análisis crítico de casos de actualidad nacional.

### **F. Evaluación:**

Este curso utilizará distintos procedimientos de evaluación, con el fin recoger información respecto del proceso de aprendizaje de los alumnos y proporcionar retroalimentación que le permita lograr los aprendizajes. De la misma manera, los estudiantes conocerán éstos procedimientos y criterios de evaluación por parte del profesor responsable de la asignatura.

Las evaluaciones serán las siguientes:

Evaluaciones formativas: consistirán en controles de lectura y exposiciones

Pruebas formales: consistirán en preguntas de desarrollo que permitan recoger información respecto del conocimiento y aplicación de los contenidos trabajados.

Certamen N° 1

Certamen N° 2 Examen

Consideraciones: por las características participativas del curso, para tener derecho a rendir examen, el estudiante deberá cumplir con un 75% de asistencia mínima a clases, incluyendo faltas por motivos médicos, familiares u otros. La nota de examen deberá además ser mayor o igual que 3.0.-

*\*Este programa puede ser objeto de modificación al inicio del periodo académico\**

*\* This syllabus may be subject to change at the beginning of the semester\**

**G.**

**Bibliografía:**

Textos Obligatorios:

- Estrategias para el Liderazgo Competitivo, de la visión a los resultados, Arnoldo Hax y Nicolás Majluf, Granica-Dolmen
- Administración Estratégica, conceptos y casos, Arthur Thompson y A.J. Strickland, 11ª edición, Mc Graw-Hill
- Estrategia Competitiva, Michael E. Porter, Editorial CECSA
- Ventaja Competitiva, Michael E. Porter, Editorial CECSA

Textos Complementarios:

- Administración Estratégica, competitividad y conceptos de globalización, Michael Hitt, R.D. Ireland y Robert e. Hoskisson, 5ª edición, Thomson
- Dirección Estratégica, análisis de la estrategia de las organizaciones, Gerry Johnson y Kevan Scholes, 3ª edición, Prentice Hall
- Dirección Estratégica, creando ventajas competitivas, Gregory Dess y G.T. Lumpkin, Mc Graw-Hill
- Contemporary Strategy, analysis, concepts, techniques, applications, Robert M. Grant, Blackwell Publishing.
- Gaining and Sustaining Competitive Advantage, Jay B. Barney, Addison Wesley.
- Modern Competitive Analysis, Sharon M. Oster, Oxford.

*\*Este programa puede ser objeto de modificación al inicio del periodo académico\**

*\* This syllabus may be subject to change at the beginning of the semester\**