



Código de la Asignatura:	801085
Nombre de la Asignatura:	DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO
Créditos:	3
Programas que la ofrece:	MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN
Objetivos: <ol style="list-style-type: none">1. Ofrecer a los participantes una visión amplia del desarrollo del pensamiento estratégico que les permita identificar las diferentes perspectivas teóricas existentes, analizando su origen, fundamentos, principales autores y su relación con el funcionamiento de las organizaciones.2. Facilitar un espacio de reflexión que permita dilucidar los aspectos esenciales de la administración estratégica, las principales escuelas y los conceptos e instrumentos planteados por cada una de ellas.3. Reflexionar sobre las especificidades de la administración estratégica y su relación con la solución de problemas organizacionales y de la Administración en Colombia y América Latina.4. El estudiante debe estar en capacidad de comprender que la Administración Estratégica de organizaciones varía según el medio donde ella se ejerza y que las teorías y las prácticas de gestión deben adaptarse y seguir los cambios que se presentan en el mundo actualmente.	
Método Pedagógico: <p>Esta asignatura se ofrece en la modalidad de seminario de discusión haciendo énfasis en la asimilación de los conceptos y sus implicaciones para la sociedad, la organización y las personas.</p> <p>Cada sesión consta de tres partes:</p> <p>En la primera parte, a partir de las lecturas obligatorias, se hará la discusión de los temas propuestos. Cada participante debe realizar las lecturas intentando formarse su propio punto de vista y tratando de responder al interrogante: ¿De qué hablan los textos?. Posteriormente el docente realizará una exposición sobre el tema y en varias de las sesiones previamente escogidas los estudiantes realizarán exposiciones sobre ejemplos aplicativos en su empresa.</p> <p>En la segunda parte los estudiantes realizarán los talleres planteados en cada una de las sesiones del curso.</p> <p>En la parte final de cada sesión se tiene previsto hacer la síntesis de la discusión, siguiendo el hilo conductor del curso e identificando los principales aportes de las diferentes perspectivas estudiadas al desarrollo del pensamiento estratégico.</p>	
Evaluación: <p>Talleres: 40 % Asistencia: 10 % Trabajo final: 50%</p> <p>NOTA: Los estudiantes que realicen exposiciones en clase, se le incrementará la nota en un 0.50</p> <p>Trabajo Final: Será una aplicación en su empresa objeto de estudio de cualquiera de las estrategias emergentes tratadas en clase.</p>	
Contenido de la Asignatura: <p>SESIÓN 1: Presentación del programa y estrategia (I)</p>	

Presentación del profesor y de los participantes
Presentación general del programa
Modelo de direccionamiento estratégico
La estrategia en la guerra

LECTURAS OBLIGATORIAS:

SUN, Tzu. El arte de la guerra, versión en pdf

TALLER:

Buscar en el libro El arte de la guerra, las estrategias que pueden ser útiles para las empresas

LECTURAS RECOMENDADAS:

GHEMAWAT, Pankat , Los orígenes de la estrategia tomado de: Estrategia y el panorama empresarial, Prentice Hall, Madrid, 2006

SESIÓN 2: Estrategia (II)

El Concepto de estrategia
El estratega
Estrategia corporativa

LECTURAS OBLIGATORIAS:

ANSOFF, Igor. La estrategia de la empresa. Ediciones Orbis, S.A., Barcelona, 1986, Capitulo VI, concepto de estrategia, pág. 123-138

ANDREW, Kenneth. El concepto de estrategia de la empresa. Ediciones Orbis, S.A., Barcelona, 1986, Capitulo II y IV. pag. 46-71; 111-121

MINTZBERG, Henry, BRUCE, Ahlstrand y LAMPEL Joseph. El proceso estratégico. Capitulo I,II y III, Prentice Hall,1997, pag. 1 - 80

PORTER, Michael, Ser competitivos, Ediciones Deusto, Barcelona, 2003. Capítulos II. Pag. 25-79

TALLER

Cada estudiante identificará cual o cuales de estos modelos de estrategia, se aplica en su empresa

LECTURAS RECOMENDADAS

PORTER, Michael E. La ventaja competitiva de las naciones, en Harvard Bussines Review, clásicos HBRAL

GHEMAWAT, Pankaj. Estrategias regionales para el liderazgo global, en Harvard Bussines Review, clásicos HBRAL

HAMEL Gary y PRAHALAD C. K. Propósito estratégico, en Harvard Bussines Review, clásicos HBRAL

SESIÓN 3: Visión periférica

Como detectar tendencias ocultas en el entorno

LECTURAS OBLIGATORIAS:

DAY, George & SHOEMAKER, Paul. Visión Periferica, Ediciones Deusto, Barcelona, 2006, Cap. I-VIII, Pag. 15-171

TALLER

Los estudiantes en clase realizaran el taller sobre el examen de la visión estratégica de la organización que escojan como objeto de estudio

LECTURAS RECOMENDADAS

MICHAEL, A. Hitt, IRELAND R. Duane Y HOSKISSON Robert E. Administración Estratégica. Conceptos, competitividad y globalización, México: Internacional Thomson Editores, Capitulo II

DAVID, Fred R. Conceptos de Administración Estratégica, México: Prentice Hal, 1997, Pp 118-128

GOODSTEIN, Leonard D.; NOLAN Timothy M. y PFEIFFER J., William. Planeación estratégica aplicada, Bogotá: McGraw - Hill, 1.997, Pp 139-153

SESIÓN 4: Análisis situacional Interno

Análisis situacional interno basado en recursos y capacidades

LECTURAS OBLIGATORIAS:

COLLIS, David & MONTGOMERY, Cynthia. Estrategia corporativa. Un enfoque basado en recursos, Mc Graw Hill, Madrid, 2007, Cap. II, pag. 26-55

THOMPSON, Arthur & STRICKLAND A.J. Administración Estratégica: Textos y casos ,13 edición, México, McGraw Hill, 2004, Capítulo IV

GARCIA, Mónica. “Del Clima Organizacional y sus teorías aplicadas a la organización” ponencia presentada en el II encuentro de investigación y docencia en Administración. ASCOLFA, capítulo Suroccidente, 2003

TALLER:

Cada estudiante identificará las fortalezas y debilidades de su empresa con un enfoque basado en recursos y capacidades

SESIÓN 5: Análisis DOFA

Matriz de evaluación de factores externos de Fred R. David (EFE)

Matriz de evaluación de factores internos de Fred R. David (EFI)

Matriz de Análisis DOFA

LECTURAS OBLIGATORIAS

DAVID, Fred R. Conceptos de Administración Estratégica, Decimoprimer edición, México: Prentice Hal, 2008, Pag 110 -113, 157-159 y 221-225.

TALLER

Para esta sesión el estudiante traerá las oportunidades y amenazas, identificadas en el trabajo que realizó sobre entornos además las fortalezas y debilidades identificadas en los talleres anteriores sobre su empresa y elaborará las matrices de análisis EFE y EFI y además la matriz de análisis DOFA. El análisis debe incluir la identificación de las estrategias FA, FO, DA y DO

LECTURAS RECOMENDADAS:

GOODSTEIN, Leonard D.; NOLAN Timothy M. y PFEIFFER J., William. Planeación estratégica aplicada, Bogotá: McGraw - Hill, 1.997, Capítulo X

SESIÓN 6: Proyecto de empresa

Misión

Visión

Valores

LECTURAS OBLIGATORIAS

GOODSTEIN, Leonard D., NOLAN Timothy M. y PFEIFFER J., William. Planeación estratégica aplicada, Bogotá: McGraw - Hill, 1.997, Capítulo VIII

DAVID, Fred R. Conceptos de Administración Estratégica, Decimoprimer edición, México: Prentice Hal, 2008, Parte 2, Cap. II, pag. 53 – 75

TALLER

Para esta sesión el estudiante debe reformular una visión y una misión de su empresa objeto de estudio, siguiendo los procedimientos enseñados en clase

LECTURAS RECOMENDADAS

MICHAEL, A. Hitt; IRELAND R. Duane Y HOSKISSON Robert E. Administración Estratégica:

Conceptos, competitividad y globalización, México: Internacional Thomson Editores, Pp 104 – 110

SESIÓN 7: Estrategias

Estrategias

- Competitivas genéricas
- Crecimiento
- Internacional
- Internet y el comercio electrónico

LECTURAS OBLIGATORIAS:

DESS, Gregory G. y LUMPKIN, G. T. Dirección Estratégica: Creando ventajas competitivas, Madrid: Editorial McGraw - Hill, 2003 Pp 261-332.

TALLER:

Cada estudiante deberá desarrollar una estrategia de Internet-comercio electrónico para su empresa objeto de estudio.

LECTURAS RECOMENDADAS:

MICHAEL, A. Hitt; IRELAND R. Duane Y HOSKISSON Robert E. Administración Estratégica: Conceptos, competitividad y globalización, México: Internacional Thomson Editores, Capítulo IV y VIII

JOHNSON, Gerry y ACHOLES Kevan. Dirección estratégica. Análisis de la estrategia de las organizaciones, Madrid. Prentice Hall. 1997. Capítulo VI

SESIÓN 8: Estrategias Emergentes (I)

Estrategia del océano Azul

LECTURAS OBLIGATORIAS:

CHAN KIM, W & MAUBORGNE, RENEE, La estrategia del océano Azul, Grupo Editorial Norma, Bogotá, 2005, cap. I-VI

TALLER :

El estudiante debe realizar el cuadro estratégico y la matriz de las cuatro acciones de su empresa objeto de estudio

Sesión 9. Estrategias Emergentes (II)

El futuro de la competencia

LECTURAS OBLIGATORIAS:

PRAHALAD, C.K. & RAMASWAMY V. (2004) El Futuro de la competencia. Creación conjunta de valor único con los consumidores, Ediciones Gestión 2000, Barcelona, España.

TALLER:

El estudiante planteará una propuesta de un producto y/o servicio, en su empresa objeto de estudio, donde se aplique la estrategia de cocreación

SESIÓN 10. Estrategias emergentes (III)

Oportunidades de negocio en la base de la pirámide

LECTURAS OBLIGATORIAS:

PRAHALAD, C.K. Oportunidades de negocio en la base de la pirámide, editorial Norma, Bogotá, 2008, Cap. I-IV y Sección IV

PABON, MARTINEZ & CRUZ. Organización Corona un caso de innovación exitosa, la baldosa Ibérica en Revista EAN, No. 52

TALLER :

El estudiante debe desarrollar un producto y/o servicio en su empresa objeto de estudio que cumpla con los tres elementos claves que se necesitan para ofertar en los estratos socioeconómicos de bajos ingresos

SESIÓN 11: Estrategia Emergentes (IV)

La solución de los innovadores

LECTURAS OBLIGATORIAS:

CHRIESTENSEN. Clayton & RAYNOR. Michel, La solución de los innovadores, como crear un entorno y mantener un entorno satisfactorio, editorial Mc Graw Hill, 2004, Madrid. Cap 2- 4

TALLER :

Los estudiantes trabajaran en clase un taller donde realicen la aplicación en su empresa objeto de estudio de las estrategias emergentes a tratada en la sesión de clase

SESIÓN 12: Balanced Scorecard

- Mapas estratégicos
- Tablero de Mando
- Plan de Acción
- Software

LECTURAS OBLIGATORIAS:

KAPLAN, Robert S. & NORTON David P., The Execution Premiun, Ediciones Deusto, 2008, cap. 2 y 3

TALLER:

Cada estudiante realizará en clase el mapa estratégico de su empresa objeto de estudio

<i>Mapas estratégicos</i>		<i>Tablero de mando</i>	
PERSPECTIVA	OBJETIVOS	INDICADOR	META
Financiera			
Del cliente			
De los procesos internos			
De aprendizaje y crecimiento			

LECTURAS RECOMENDADAS

KAPLAN, Robert S. y NORTON David P.(2001) Como utilizar el cuadro de mando integral para implantar y gestionar estrategia. Barcelona: Gestión 2000.