

PROGRAMA ANALÍTICO

Carrera: ECONOMÍA

Programa de: ESTRATEGIA EMPRESARIAL

Código SIS: 1304133

Nivel: Séptimo Semestre

N° Hrs. De clases Teóricas: 4

N° Hrs. De clases Prácticas: 0

Prerrequisitos:

- 1) Contabilidad de Gestión
- 2) Economía Financiera II
- 3)
- 4)

AREAS DE COORDINACION CURRICULAR

VERTICAL

- 1) Microeconomía I y II
- 2) Sistemas Administrativos
- 3) Presupuestos Empresariales

HORIZONTAL

- 1) Mercadotecnia II
- 2) Economía Internacional I
- 3) Evaluación de Proyectos

Objetivos:

- Al finalizar la asignatura el estudiante habrá sistematizado el proceso de formulación, implementación y evaluación de planes estratégicos y será capaz de aplicarlo fundamentalmente en entidades privadas con o sin fines de lucro.
- El alumno habrá desarrollado las habilidades para valorar porque unas empresas en un mismo campo tienen éxito mientras otras fracasan.
- Adiestrar al alumno en el manejo de las herramientas de la gestión estratégica y del cuadro de mando integral, tanto para la formulación como la implementación de la estrategia de la empresa.
- Acercar al estudiante a la realidad de las empresas cochabambinas mediante la incursión práctica en el área estratégica.

Contenidos Mínimos:

1. **El Proceso de la Administración Estratégica y las Tareas Principales.**
 - 1.1. Los cambios en la planeación estratégica.
 - 1.2. La nueva visión de la estratégica.
 - 1.3. Las 5 tareas de la administración estratégica.
 - 1.4. Los beneficios de un enfoque estratégico.
 - 1.5. Las 3 tareas que determinan la dirección de la empresa.
 - 1.6. Desarrollo de una visión estratégica y de una misión.
 - 1.7. Importancia de una correcta definición del negocio.
 - 1.8. Establecimiento de objetivos.
 - 1.9. Creación de una estrategia.
 - 1.10. Factores que modelan la estrategia de una empresa.
 - 1.11. Estrategia y ética.
2. **El Análisis Industrial y Competitivo.**
 - 2.1. Análisis de las fuerzas del entorno: económicas, sociales, culturales, demográficas, ambientales, políticas, gubernamentales, jurídicas, tecnológicas y competitivas.
 - 2.2. Análisis de las 5 fuerzas competitivas.
 - 2.3. Impulsores de cambio en la industria.
 - 2.4. Factores clave de éxito.

2.5. Perfil de oportunidades

3. Análisis de los Recursos y Capacidades de la Empresa.

3.1. Cómo está funcionando la estrategia de la organización.

3.2. Análisis de las áreas funcionales.

3.3. Análisis de la gestión y procesos.

3.4. Identificación de fortalezas y debilidades.

3.5. Identificación de capacidades y recursos.

3.6. Matriz FODA.

3.7. Matriz de perfil competitivo.

3.8. Análisis estratégico de costos.

3.9. La ventaja competitiva, su determinación.

3.10. Cuál es la posición estratégica de la empresa.

4. Formulación de Estrategias.

4.1. Las estrategias de negocios.

4.2. Las estrategias genéricas.

4.3. Las distintas opciones estratégicas existentes.

4.4. El uso de estrategias ofensivas y defensivas para asegurar y proteger la ventaja competitiva.

4.5. La cadena de valor.

4.6. Estrategias funcionales.

4.7. Estrategias operativas.

4.8. Estrategias en industrias fragmentadas.

4.9. Estrategias para industrias emergentes.

4.10. Estrategias en industrias maduras.

4.11. Estrategias de diversificación.

5. Implantación de la Estrategia.

5.1. Las tareas para la puesta en práctica de la estrategia.

5.2. Desarrollo de la organización.

5.3. Vinculación de los presupuestos con la estrategia.

5.4. Sistemas de apoyo administrativo.

5.5. Sistemas de recompensas e incentivos.

5.6. Cultura que apoye la estrategia.

5.7. Liderazgo estratégico.

| | |
|----------------------|--|
| Bibliografía: | <ol style="list-style-type: none">1) Thompson A. y Strickland A.J. Administración Estratégica. Ed. McGraw Hill, 2001. México.2) David Fred, Conceptos de Administración Estratégica. Ed. Prentice Hall, 1997, México.3) Hamel G. y Prahalad C.K. . Compitiendo por el futuro. Ed. Ariel, 1996, México. |
|----------------------|--|