

**INSTITUCION:
ESCUELA SUPERIOR DE COMERCIO N°43**

CARRERA: TECNICATURA SUPERIOR EN GESTION INDUSTRIAL

ESPACIO CURRICULAR: Estrategia Empresarial

CAMPO DE LA FORMACIÓN: Específica

CURSO: 1er año



PROFESOR/A: Daniela Pereson

ASIGNACION HORARIA: 3 hs semanales

FORMATO: Materia

REGIMEN DE CURSADO: anual

PLANIFICACIÓN ANUAL

FUNDAMENTACION: La gestión de una empresa implica conocimientos científicos, muchos de ellos forjados y probados durante siglos, y otros, producto de las circunstancias modernas, de las necesidades actuales y de los cambios del entorno competitivo en donde actúan. El pensamiento administrativo se renueva continuamente, por lo que quien estudie gestión deberá ser un lector permanente no sólo durante su formación, sino durante toda su vida profesional; de ahí la importancia de conocer con solidez los principales enfoques sobre gestión y administración de empresas, pues ello ayudará a tener la mente abierta para aceptar y manejar, con conocimientos vigentes, los problemas de las organizaciones sociales. El ejercicio de la gerencia requiere no sólo liderazgo sino perspectiva como competencia laboral, ejecutiva y de gestión para anticiparse e intervenir en el cambio y guiar, con mayores posibilidades de éxito, a la empresa hacia el futuro. También se requiere concentración para identificar los elementos vitales de la dinámica económica, tanto del contexto como de la empresa misma, y con ello fundamentar las decisiones estratégicas. El dictado de la cátedra se estructura en función de un Programa, que refleja las actuales condiciones del entorno en que se mueven las empresas al iniciar el siglo XXI y que se caracteriza por profundos cambios en el orden político, económico, tecnológico, cultural y de mercado.

Todo el proceso de enseñanza-aprendizaje enaltece la importancia de las actividades empresariales en la sociedad moderna, ayudando a identificar y estimular vocaciones empresarias, con la finalidad de desarrollar emprendedores, de alta capacitación, capaces de convertirse en generadores de puestos de trabajos, y no simples demandantes de empleos.

OBJETIVOS:

El estudio de la estrategia de las empresas ha ido evolucionando. La que alguna vez fue una disciplina que carecía de bases analíticas sólidas y que sólo se fundaba en la indagación de la experiencia, en la intuición y en algunas generalizaciones obtenidas de análisis estadísticos, se ha convertido en un campo de estudio que cuenta con un sostén riguroso. Los estudiantes deberán apropiarse de nuevos contenidos para el tratamiento de la gestión en las unidades económicas, basados en el sistema de información y sintetizar la contabilidad de gestión como el proceso de identificación, medición, actuación, análisis, preparación, interpretación y comunicaciones de la información útil para planear, evaluar, y controlar las operaciones de una organización.

La finalidad formativa es permitir que el estudiante pueda comprender el rol del directivo superior de las organizaciones como un integrador de distintas áreas, con una visión sistémica del proceso de planificación estratégica, adquiriendo una mirada de los procesos necesarios para desarrollar, implementar y evaluar estrategias formuladas, integrando todas las herramientas de control y gestión empresarial.

Adquirir las capacidades para analizar y comprender las organizaciones en su interior utilizando las herramientas para definir cada una de las tácticas que hacen a las diferentes estrategias empresariales.

Desarrollar las habilidades para la planificación táctica y operativa a corto y largo plazo haciendo el control necesario para el desarrollo y crecimiento de toda organización, obteniendo siempre los mejores beneficios.

CONTENIDOS:

UNIDAD I: *ESTRATEGIA EMPRESARIAL*

Definición de estrategia. Estrategia militar. Estrategia empresarial. Distintas corrientes del pensamiento estratégico aplicado a la organización. Pensamiento estratégico. El pensamiento estratégico en la formación de la estrategia empresarial. Escuelas prescriptivas: de diseño, de planificación, del posicionamiento. Escuelas descriptivas: emprendedora, del aprendizaje, política, cultural, del entorno, integradora. Dimensiones del pensamiento estratégico presentes en las organizaciones. La estrategia y la gerencia.

UNIDAD II: *ANÁLISIS DE LA EMPRESA*

Entorno global de las organizaciones. Factores del entorno general: factores económicos, socioculturales, políticos-legales, tecnológicos, ecológicos, humanos. Factores del entorno específico: proveedores, clientes, competencia. Análisis interno de la organización. Recursos y capacidades de una empresa. Recursos tangibles. Recursos intangibles. Recursos de la empresa y ventajas competitivas sostenibles: modelo VRIO. Componentes de la Planificación estratégica: valores, visión, misión, objetivos, metas. Los cambios del entorno y la gestión. Pasos para iniciar el análisis del entorno. La paradoja de la información y el análisis del entorno. Diagnostico estratégico. Herramientas utilizadas para el análisis del entorno: Las 5 fuerzas de Porter: fuerzas, crítica, aplicación. Análisis FODA: análisis interno, análisis externo, matriz, importancia. Cadena de valor. Matriz BCG: implementación, ventajas e inconvenientes. Modelo Mc Kinsey: las 7 S, elementos.

UNIDAD III: *ELECCION DE LA ESTRATEGIA*

Definición de la estrategia. Adaptación al entorno: Retirada. Implementación del Just in time. Diseño y planificación de calidad. Diferenciación e integración. Imitación. Selección de nicho o dominio. Estrategias de vinculación: Acuerdos, normas y contratos. Joint ventures. Fusiones y adquisiciones. Consejos de administración. Reclutamiento directivo. Asociaciones. Publicidad y relaciones públicas. Otras opciones estratégicas: concentración. Reducción. Desinversión. liquidación. Recuperación. Revisión de la estrategia. Control de la Estrategia. Los indicadores estratégicos.

CONTENIDOS PROCEDIMENTALES:

- Reconocimiento de las situaciones que implican la implementación de nuevas estrategias.
- Identificar los diferentes tipos de estrategias empresariales.
- Aplicación de las estrategias según el entorno actual.
- Resolución de problemas.

ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS

- Indagación de conocimientos previos sobre los contenidos a abordar.
- Exposición.
- Análisis y resolución de problemas aplicando los contenidos.
- Trabajos en grupo e individual.
- Investigación bibliográfica.

MODALIDAD DE CURSADO

Estrategia Empresarial permite optar por las siguientes modalidades de cursado:

- Regular con cursado presencial
- Regular con cursado semipresencial
- Libre

INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN

Se utilizará en forma complementaria y no excluyente instrumentos tales como:

- Exámenes parciales.
- Trabajos prácticos.
- Exposición y puesta en común de diferentes actividades.
- Observación directa por parte del docente.
- Examen final individual, si correspondiera.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

- Participación en los trabajos grupales.
- Defensa y fundamentación de sus trabajos a partir de una base conceptual sólida y correcta.
- Cumplimiento de las tareas solicitadas.
- Respeto por el trabajo y las opiniones del resto de los compañeros.
- Asistencia a clases, para los alumnos de cursado regular

Para regularizar Estrategia Empresarial en forma presencial, los alumnos deberán:

- Tener un mínimo de 75% de asistencia a clases durante el tiempo que dure la cursada. Para el alumno que presente certificado de trabajo y/o se encuentre en otras situaciones excepcionales, debidamente comprobadas, el mínimo es de 50% de asistencia. Las asistencias se computan en forma cuatrimestral.
- Aprobar el 75 % de los trabajos prácticos, entregados en tiempo y forma.
- Aprobar los exámenes parciales o su recuperatorio, con una nota mínima de 6 (seis).

Para regularizar Estrategia Empresarial en forma semi-presencial, los alumnos deberán:

- Tener un mínimo de 40% de asistencia a clases en cada cuatrimestre.
- Aprobar el 100% de los trabajos prácticos
- Aprobar los exámenes parciales o su recuperatorio, con una nota mínima de 6 (seis).

Para acceder a la Promoción Directa de Estrategia Empresarial los alumnos deberán:

- Tener un mínimo de 75% de asistencia a clases durante el tiempo que dure la cursada. Aprobar el 100% de los trabajos prácticos, entregados en tiempo y forma
- Aprobar los exámenes parciales o su recuperatorio con un promedio de 8 (ocho)
- Aprobar una instancia final integradora, con un mínimo de 8 (ocho), este examen no tiene recuperatorio.

Observaciones:

- Si el alumno regulariza Estrategia Empresarial pero no la promociona, tiene derecho a un examen final escrito, en cualquiera de los turnos correspondientes, debiendo obtener una calificación mínima de 6 (seis). Mantiene la regularidad durante 3 (tres) años consecutivos a partir del primer turno correspondiente al año lectivo siguiente al de la cursada
- En el caso de que el alumno pierda la regularidad por inasistencias, tendrá derecho a una evaluación escrita con los temas desarrollados hasta el momento: “recuperatorio de asistencia”, debiendo obtener una calificación mínima de 6 (seis) y puede acceder al coloquio.

Acreditación de Estrategia Empresarial para el alumno libre:

El estudiante libre deberá aprobar un examen final, con modalidad combinada de escrito y oral. Debe aprobar primero un examen escrito, obteniendo una calificación mínima de 6 (seis), continuando con la instancia oral, en la cual también debe obtener un mínimo de 6 (seis)

CRONOGRAMA

- Unidad 1: Abril- Mayo
- Unidad 2: Junio - Julio – Agosto - Septiembre
- Unidad 3: Octubre - Noviembre

BIBLIOGRAFÍA:

- ORGANIZACIÓN INDUSTRIAL PARA LA ESTRATEGIA EMPRESARIAL. Jorge Tarziján – Ricardo Paredes. Quebecor World S.A. 2001.
- ADMINISTRACION & ESTRATEGICA. Jorge Hermida – Roberto Serra – Eduardo Kastika. Ediciones Macchi 2002.
- ESTRATEGIA EMPRESARIAL. Bengt Karlof. Ediciones Juan Granica S.A. 2000.
- LA GESTION EN LA INCERTIDUMBRE. Harvard Business Review. Ediciones Deusto S.A. 1999.

