

PROGRAMA			
I.-DATOS GENERALES			
Nombre del curso:	Dirección Estratégica		
Código del curso:	00397	Clasificación Asignatura:	TA-3 Operativa Expositiva
Número de Unidades Crédito:	4	Horas de acompañamiento docente (Teoría):	2
Coordinación Académica:	Administración de Empresas (ACAE)	Horas de acompañamiento docente (Práctica):	1
Escuela:	Escuela de Administración y Contaduría (ADCO)	Horas de acompañamiento docente (Laboratorio):	N/A
Facultad	Ciencias Económicas y Sociales	Horas de Preparaduría:	N/A
Tipo de Evaluación:	Continua con Examen de Reparación	Horas de trabajo independiente recomendado al estudiante:	5
Modalidad :	Presencial	Pre-requisitos:	Dirección Estratégica de Marketing – Derecho Tributario – Planificación Presupuestaria
Tipo de Asignatura:	Obligatoria	Régimen de Estudios:	Semestral
Ubicación de la asignatura:	8° semestre	Fecha de aprobación en Consejo de Facultad:	Junio 2018

II.- JUSTIFICACIÓN
El gerente debe ser un individuo capaz de tomar decisiones acertadas para un futuro incierto. La dirección estratégica, mediante el análisis del entorno y de los procesos internos de la empresa, permite la visualización y el control a través de la generación de indicadores que permiten la información necesaria y oportuna para la toma de decisiones. Esta materia permite el desarrollo de las competencias generales de la UCAB y culmina el desarrollo de la competencia profesional “gestiona la estrategia”

III.- CONTRIBUCIÓN DE LA ASIGNATURA AL DESARROLLO DE LAS COMPETENCIAS	
Competencia General (CG1): Aprender a aprender con calidad: Utiliza estrategias de forma autónoma para incorporar e incrementar conocimientos, habilidades y destrezas en el contexto de los avances científicos y culturales requeridos para un ejercicio profesional globalmente competitivo.	
Unidad de competencia:	Criterios de desempeño:
(CG1-U1): Demuestra conocimiento sobre su área de estudio y profesión: Domina con precisión y rapidez la terminología, procedimientos y aplicaciones de su carrera profesional.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Identifica términos, definiciones y ejemplos del lenguaje técnico de la profesión. 2. Explica las conceptualizaciones, métodos y aplicaciones de su disciplina. 3. Aplica con fluidez la terminología del área de estudio y profesión.
(CG1-U2): Trabaja con altos estándares de calidad: Busca la superación permanente en la actividad personal, académica y profesional, orientada a resultados con calidad	<ol style="list-style-type: none"> 1. Busca activamente oportunidades para mejorar su actuación personal y académica 2. Toma la iniciativa en procesos de mejora continua en el grupo. 3. Actúa efectiva, eficiente y eficazmente: cuida los detalles, planifica acciones y comprueba lo que hace y cómo lo hace. 4. Actúa conforme a las normas y exigencias que denotan la calidad de su actuación 5. Actúa de acuerdo con la deontología profesional de su carrera.
Competencia Profesional: (CP1): Gestiona la estrategia: Aplica los modelos de planificación en el establecimiento de acciones proactivas que permitan la adaptación de la organización a su entorno y garanticen el logro de su visión y objetivos.	
Unidad de competencia:	Criterios de desempeño:
(CP1-U1) Desarrolla planes estratégicos, operativos y tácticos: Evalúa constantemente el entorno organizacional a fin de determinar planes de largo y corto plazo.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Conoce y maneja modelos de planificación estratégica. 2. Identifica y analiza información relevante a la gestión de la organización. 3. Utiliza herramientas de análisis estratégico para establecer prioridades y diseñar líneas de acción. 4. Formula lineamientos estratégicos, operativos y tácticos en función a los diferentes horizontes temporales.

IV.- UNIDADES TEMÁTICAS	
I.-ANÁLISIS DEL ENTORNO COMPETITIVO.	Análisis de la industria y el mercado. Análisis de los competidores. Análisis político y regulatorio. Análisis social. Análisis de RRHH. Análisis macroeconómico. Análisis tecnológico. Modelo de las 5 fuerzas de Porter. Modelo de Competencias Centrales de Hamel y Prahalad. Desarrollo de matriz DOFA ampliada: diseño de estrategias. Nuevas tendencias de consumo. Herramientas para identificar oportunidades de negocio en el entorno competitivo. Análisis de Matriz de Boston Consulting Group (BCG). Definición del negocio y su alineación a las nuevas demandas del mercado. Identificando los factores claves del éxito. Armado de una propuesta de negocio.

	Business Intelligence.
II- CONSTRUYENDO VENTAJAS COMPETITIVAS SUSTENTABLES.	Arquitectura operacional. El rol de los recursos y capacidades en la generación de valor. Cómo identificar, evaluar y desarrollar estratégicamente estructuras y capacidades organizacionales. La innovación como fuente de ventajas competitivas sustentables. Conformando una red de valor con proveedores, distribuidores y relacionados. Clarificación del negocio (productos y servicios). Análisis del mercado: mercado potencial, perfil del consumidor y necesidades a satisfacer. Definición de ventajas competitivas. El mix de marketing.
III.-DESARROLLO DE MODELOS DE NEGOCIO INNOVADORES.	Análisis y aplicabilidad de diversos modelos de negocio: El Modelo Delta. Estrategia del Océano Azul. Modelos de Negocio de Internet: Fremiun. Multisided Platform. Carnada y Anzueto. Open Innovation. Como armar un modelo de negocio con CANVAS.
IV.- CUADROS DE MANDO INTEGRAL -LAS DIFERENTES PERSPECTIVAS DEL NEGOCIO	La Perspectiva de los Accionistas. Objetivos financieros de crecimiento. La Perspectiva del Cliente: Análisis del mercado. Definición de la Propuesta de valor. La Perspectiva de Procesos Internos y Recursos: Procesos Clave y de Soporte. Outsourcing. Pasos para pasar de una Gestión Funcional a una gestión por Procesos.
V.- DISEÑO Y MONITOREO DEL NEGOCIO	Elaboración del mapa estratégico de generación de valor. Construcción de las perspectivas financieras, de clientes, de procesos internos y de aprendizaje y crecimiento organizacional. Construcción del Tablero de Control de su Empresa: Definición de objetivos, indicadores, metas y rangos de control. Desarrollo de iniciativas, proyectos y programas de acción.
VI.- ALINEAMIENTO Y MONITOREO DEL NEGOCIO	La organización enfocada en la estrategia. El alineamiento de los recursos humanos a la estrategia del negocio. Cómo hacer que el negocio de la empresa sea el negocio de todos. Las reuniones de gestión estratégicas y cómo utilizar el BSC para maximizar los resultados.

V.- ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE

El docente empleará combinaciones de clases magistrales permitiendo participación de los estudiantes en determinados momentos. Se utilizarán lecturas fundamentales y lecturas complementarias sobre las cuales se desarrollarán trabajos entregables. Se utilizarán estrategias de "rol playing" en talleres prácticos. El docente utilizará el acompañamiento académico de M7 para promover foros de discusión y como repositorio de información, de esta manera los estudiantes podrán preparar previamente las clases.

VI.- ESTRATEGIAS DE EVALUACIÓN

Las evaluaciones se efectuarán a través de exámenes parciales, trabajos prácticos, monografías, participación en foros, controles de lectura y demás actividades que el docente pueda seleccionar. Los pesos porcentuales de cada actividad serán determinados por la cátedra y en su defecto por cada docente.

VII.- REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BUENO CAMPOS, E. (1996): "La dirección estratégica de la empresa", (5ª Edición). Editorial Pirámide, Madrid.
 DONNELLY, J.H., GIBSON, J.L. e IVANCEVICH, J.M. (1995): Fundamentos de Dirección y Administración de Empresas. (Octava Edición) Irwin, Madrid.
 JOHNSON, G. y SCHOLLES, K. (2006): "Dirección Estratégica", (7ª Edición). Editorial Prentice Hall, México.
 NAVAS LÓPEZ, E. y GUERRAS MARTÍN, L.A. (2007): "La dirección estratégica de la empresa. Teoría y aplicaciones", (4ª Edición). Editorial Civitas, Madrid.
 PORTER, M. (1985): "Estrategia competitiva". CECSA, México.
 PORTER, M. (1988): "Ventaja competitiva". CECSA, México.
 BOURNE, Mike. Cuadro de mando integral en una semana. / Barcelona : Ediciones Gestión 2000,
 KAPLAN, Robert S. Cómo utilizar el cuadro de mando integral. Barcelona : Gestión 2000, 2000.
 SALLENAVE, Jean P. Gerencia y Planeación Estratégica. Edit. Norma. Bogotá. 2004
 STERN, Carl; DEIMLER, Michael. The Boston Consulting Group on Strategy. Edit. Wiley. 2006