

PROGRAMA ANALÍTICO

Carrera: Administración de Empresas

Programa de: Política Empresarial

Código SIS: 1301043

Nivel: Octavo Semestre

N° Hrs. de clases Teóricas: 4 Hrs.

N° Hrs. de clases Prácticas: 2 Hrs.

Prerrequisitos:

- 1) Mercadotecnia I
- 2) Finanzas I.
- 3) Personal I

AREAS DE COORDINACION CURRICULAR

VERTICAL

- 1) Finanzas I
- 2) Mercadotecnia I.
- 3) Personal I.

HORIZONTAL

- 1) Preparación y Evaluación de Proyectos.
- 2) Taller I.
- 3) Mercadotecnia VI.
- 4) Mercadotecnia VII.
- 5) Finanzas IV.
- 6) Finanzas V.
- 7) Personal IV.
- 8) Personal V.

Objetivos:

- Aplicar el análisis estratégico en el ámbito de dirección gerencial.
- Desarrollar habilidades para el manejo de las herramientas de la gestión estratégica.
- Acercar al estudiante a la realidad de las empresas cochabambinas mediante la practica en el área estratégica.

Contenidos Mínimos:

- 1. Conceptos de Administración Estratégica.**
 - 1.1. Concepto y evolución de la estrategia.
 - 1.2. La Posición estratégica y sus componentes.
 - 1.3. Devolverla innovación a la estrategia.
 - 1.4. Análisis de los componentes del proceso estratégico.
- 2. Las bases del negocio de una organización.**
 - 2.1. Cultura organizacional
 - 2.2. Definición del negocio.
 - 2.3. Misión del negocio y sus características.
 - 2.4. La visión estratégica.
 - 2.5. Objetivos de la empresa.
 - 2.6. Decidir a cerca de los clientes y que ofrecerles.
- 3. La etapa de análisis.**
 - 3.1. Análisis de las fuerzas del entorno y red de valor.
 - 3.2. Elaboración del perfil de oportunidades.
 - 3.3. Análisis del ajuste dinámico.
 - 3.4. Identificación de factores claves.
 - 3.5. Identificaciones de las principales capacidades y activos estratégicos.
 - 3.6. Proceso de trazar posiciones del negocio.

	<p>4. Desarrollo de la posición estratégica e innovación.</p> <ul style="list-style-type: none"> 4.1. Generación de ideas. 4.2. Estrategias de negocios. 4.3. Grupos estratégicos y la posición competitiva. 4.4. Estrategias genéricas 4.5. Uso de estrategias ofensivas y defensivas. 4.6. Creación de mapas de posicionamiento estratégico. 4.7. Elección del que y del como. <p>5. Implantación de la estrategia.</p> <ul style="list-style-type: none"> 5.1. Requisitos adecuados para una adecuada implantación. 5.2. Las bases del cuadro demando integral. 5.3. Determinación de las perspectivas. 5.4. Construcción de mapas estratégicos. 5.5. Uso de indicadores para medición de resultados. 5.6. Utilización del cuadro demando integral para ejecución y evaluación dela estrategia.
Bibliografía:	<ul style="list-style-type: none"> 1) Markides, Constantinos. En la estrategia está el éxito. Ed. Norma y HBS, 2000. Colombia 2) Ghemawat, Pankaj. La estrategia en el panorama del negocio. Ed. Prentice Hall, 2000. México 3) Kaplan R. y Norton D. Cómo utilizar el cuadro de mando integral. Ed. Gestión 2000 y HBS. 2001. España 4) Thompson A. y Strickland A.J. Administración estratégica. Ed. McGraw Hill, 2001. México 5) Kriegel y Patler. Si no está roto rómpalo. Ed. Norma, 1994, Colombia 6) David Fred, Conceptos de Administración estratégica. Ed. Prentice Hall, 1997, México 7) Hamel G. y Prahalad C.K.. Compitiendo por el futuro. Ed. Ariel, 1996, México 8) Corona, Rafael. Estrategia. Ed. Sicco, 1998, México