

<b>Nombre del módulo</b>	<b>ESTRATEGIA</b>
<b>Nivel</b>	8vo
<b>Número de créditos</b>	4 ETCS
<b>Número de horas</b>	108 horas
<b>Requisitos</b>	Gestión de recursos humanos Marketing e investigación de mercado
<b>DESCRIPCIÓN</b>	
<p>Comprender el proceso de planeación estratégica; conocer como estudiar la situación de la empresa, su entorno y su situación competitiva.</p>	
<b>PROPÓSITOS DE APRENDIZAJE</b>	
<p><i>Objetivos Generales de Aprendizaje</i></p> <p>Al finalizar el curso de Estrategia, el alumno debe ser capaz de:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dominar conceptos de Estrategia, competencia distintiva y ventaja competitiva.</li> <li>• Hacer análisis de industrias usando metodologías pertinentes.</li> <li>• Establecer estrategias de negocios.</li> </ul>	
<b>ORGANIZACIÓN</b>	
<p><b>1 Primera Unidad: Fundamentos de Administración y Entorno</b>          La organización y sus elementos          El entorno y sus dimensiones          El entorno y la organización          Relaciones organización-entorno: Metodologías de análisis (5 fuerzas, factores relevantes, etc.)</p> <p><b>2 Segunda Unidad: Estrategia y el proceso estratégico</b>          Fundamentos de estrategia (conceptos,, niveles, tipos, etc.)          La estrategia y el proceso de planeación: misión y objetivos          Ventajas Competitivas y Estrategias Genéricas          Formulación de la estrategia: enfoques y modelos de análisis (FODA).          Definición de la estrategia del negocio (matriz de McKinsey)</p> <p><b>3 Tercera Unidad: Estrategias Corporativas</b></p>	



SYLLABUS

Formulación de la Estrategia  
Estrategia horizontal  
Integración vertical  
Evaluación de la posición competitiva de la empresa  
La Estrategia de los Océanos Azules (BOS)

**EVALUACIÓN**

**Evaluaciones:**     **2 Pruebas parciales 30%**  
                          **Controles (quedan los mejores 5 controles de cada semestre) 30%**  
                          **Trabajo aplicado a empresas 40% \*\*\***

**NOTA:**    *La aprobación del curso considera que se debe tener promedio azul en cada ítem de evaluación.  
Un alumno/a con PROMEDIO ROJO, equivalente, entre pruebas y controles, REPRUEBA el curso!*

**BIBLIOGRAFÍA**

Bibliografía

- I.       **Gestión de Empresas con una visión estratégica**, Arnoldo **Hax** y Nicolás **Majluf**, Dolmen, 1993
- II.      **Administración estratégica : un enfoque integrado** Charles W. L. **Hill**, Gareth R. **Jones**
- III.     **Estrategia Competitiva**, Michael **Porter**, , Compañía Editorial Continental S.A., 1991
- IV.     Lecturas seleccionadas de estrategia (Harvard Business School)