

**UNIVERSIDAD AUTONOMA DE BAJA CALIFORNIA**  
**COORDINACIÓN DE FORMACIÓN BÁSICA**  
**COORDINACIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL Y VINCULACIÓN UNIVERSITARIA**  
**PROGRAMA DE UNIDAD DE APRENDIZAJE POR COMPETENCIAS**

**I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN**

1. Unidad Académica (s): Facultad de Ciencias Administrativas  
Facultad de Turismo y Mercadotecnia
2. Programa (s) de estudio: (Técnico, Licenciatura (s): Licenciatura en Mercadotecnia
3. Vigencia del plan: 2009-2
4. Nombre de la Unidad de Aprendizaje: **ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA**
5. Clave \_\_\_\_\_  
12364
6. HC: 2 HL \_\_\_\_\_ HT 2 HPC \_\_\_\_\_ HCL \_\_\_\_\_ HE \_\_\_\_\_ CR 6
7. Ciclo Escolar: 2013-1
8. Etapa de formación a la que pertenece: \_\_\_\_\_ TERMINAL
9. Carácter de la Unidad de Aprendizaje: Obligatoria \_\_\_\_\_
10. Requisitos para cursar la asignatura: NINGUNA



UNIVERSIDAD AUTONOMA  
DE BAJA CALIFORNIA



FACULTAD DE CIENCIAS  
ADMINISTRATIVAS  
MEXICALI

Noviembre 13 de 2012

Formuló: Dra. Omaira Cecilia Martínez Moreno,  
M.A. María Ramona Valle Ascencio  
MBA Omar Valladares Icedo

Cargo  
Vo.Bo.

Dra. Ana Cecilia Bustamante Valenzuela  
Subdirector Facultad de Ciencias Administrativas

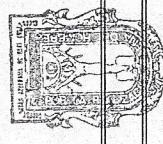
Dra. Blanca E. Córdova Quijada

## II. PROPÓSITO GENERAL DEL CURSO

Analizar la importancia de formular, implementar y evaluar decisiones multifuncionales que le permitan a una organización maximizar sus resultados a través del logro de objetivos utilizando eficientemente sus recursos y aprovechando las oportunidades del entorno enfrentando situaciones futuras para obtener y conservar la ventaja competitiva.

## III. COMPETENCIA (S) DEL CURSO

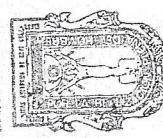
Diseñar un proceso de administración estratégica fundamentado en el enfoque sistémico y cíclico de la misma, integrando el análisis actual de la empresa con los recursos y capacidades que posee, para identificar la estrategia más adecuada y el proceso de seguimiento que debe dársele para conseguir los objetivos organizacionales con innovación, compromiso, ética y responsabilidad social.



## IV. EVIDENCIA (S) DE DESEMPEÑO

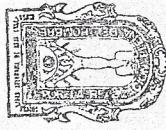
FACULTAD DE CIENCIAS  
ADMINISTRATIVAS  
MEXICALI

Elaborar un documento que contenga el análisis del proceso de administración estratégica de una empresa real, que incluya el diseño, evaluación y selección de estrategias y sus acciones específicas, así como también los mecanismos de ejecución, seguimiento y control para garantizar los objetivos definidos por la empresa.

<p><b>V. DESARROLLO POR UNIDADES</b></p> <p><b>Unidad I.- Conceptualización de la Administración Estratégica</b></p> <p><b>Competencia</b></p> <p>Distinguir la importancia de aplicar el proceso de Administración Estratégica en una empresa, mediante el análisis del modelo y las etapas que lo integran, para lograr su eficiente aplicación en el desempeño de la organización, adaptándose a las condiciones cambiantes del entorno, fundamentándose en los valores de responsabilidad, compromiso y eficacia organizacional.</p>	<p><b>Contenido</b></p> <p>1.1 Concepto y antecedentes históricos de la administración estratégica      1.2 Términos clave de la administración estratégica      1.3 Panorama general de la Administración Estratégica      1.4 El modelo y proceso de la administración estratégica con enfoque sistémico      1.5 Beneficios de la administración estratégica      1.6 Directrices para una administración estratégica eficaz</p> <p><b>Duración: 4 horas</b></p>	 <p>UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE TAMAULIPAS</p> <p>FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS MÉXICO AL</p>
--	---	---

V. DESARROLLO POR UNIDADES	
Unidad II.- La ventaja competitiva	Competencia
	<p>Identificar la ventaja competitiva de la organización, fundamentándose en el resultado obtenido en los diversos análisis realizados, para que con innovación, creatividad y trabajo en equipo, se pueda implementar una estrategia que propicie la consecución de los objetivos organizacionales y financieros con diligencia y eficiencia.</p>
Contenido	<p>Duración: 16 horas</p> <p>2.1 Concepto de la ventaja competitiva      2.2 Clave para ganar la ventaja competitiva      2.3 El análisis estratégico de la empresa: ambiental, Matriz FODA, Matriz BCG, la Matriz atractividad – competitividad, el análisis del Diamante de Porter, TDH.      2.4 Concepto de estrategia      2.5 El desdoblamiento de la estrategia por niveles organizacionales: nivel corporativo, nivel operativo, nivel funcional      2.6 Concepto de unidad estratégica de negocios (UEN S)      2.7 Tipos de estrategias: competitivas, de especialización, de liderazgo en costos, de diversificación, de integración, de desarrollo internacional y del océano azul entre otras.</p>

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA  
DE BAJA CALIFORNIA

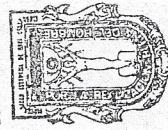


FACULTAD DE CIENCIAS  
ADMINISTRATIVAS  
MÉXICO

<p><b>V. DESARROLLO POR UNIDADES</b></p> <p><b>Unidad III.- El diseño estructural</b></p> <p><b>Competencia</b></p> <p>Analizar el diseño estructural y funcional de una organización identificando con base en el conocimiento teórico, si es la estructura que permite la ejecución y el desdoblamiento efectivo de las estrategias que la empresa ha definido para conseguir los objetivos financieros y organizacionales, siempre soportándose en los valores de la ética, la responsabilidad social y el compromiso con la innovación y la creatividad.</p>	<p><b>Contenido</b></p> <p>3.1 Planes tácticos y operativos</p> <p>3.2 Diferentes tipos de Organización propicias para la ejecución de las estrategias: alianzas, fusiones, organizaciones transnacionales, multinacionales y globales.</p> <p>3.3 Equipos de trabajo de alto desempeño</p>	<p><b>Duración: 4 horas</b></p>
		<p>UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA</p>  <p>FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS MEXICALI</p>

<p><b>V. DESARROLLO POR UNIDADES</b></p> <p><b>Unidad IV.- Evaluación de la estrategia</b></p> <p><b>Competencia</b></p> <p>Diseñar mecanismos de evaluación y control tomando en consideración la estructura organizacional y las estrategias definidas, para evaluar con objetividad, ética y compromiso, el nivel de avance e impacto en el cumplimiento de las metas y objetivos de la empresa.</p>	<p><b>Contenido</b></p> <p><b>Duración: 8 horas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>4.1 Naturaleza de la evaluación de la estrategia</li> <li>4.2 Proceso para evaluar las estrategias</li> <li>4.3 Marco de referencia para la evaluación de la estrategia           <ul style="list-style-type: none"> <li>4.3.1 Medición del desempeño</li> <li>4.3.2 Acciones correctivas</li> </ul> </li> <li>4.4 Las causas de un desempeño deficiente</li> <li>4.5. Cambios estratégicos: Mejoramiento del desempeño</li> <li>4.6. Sistema de evaluación eficaz</li> </ul>
---	--

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA  
DE BAJA CALIFORNIA



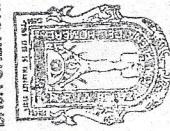
FACULTAD DE CIENCIAS  
ADMINISTRATIVAS  
MEXICALI

## VI. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS

No. de Práctica	Competencia(s)	Descripción	Material de Apoyo	Duración
1	Distinguir la importancia de aplicar el proceso de Administración Estratégica en una empresa, mediante el análisis del modelo y las etapas que lo integran, para lograr su eficiente aplicación y su efecto en el desempeño de la organización adaptándose a las condiciones cambiantes del entorno.	Debate grupal relacionado con la Administración Estratégica y su efecto en empresas nacionales.	Salón audiovisual Equipo de cómputo Mesas, sillas Material didáctico requerido (hojas, lápices, etc.)	5 hrs
2	Determinar la ventaja competitiva de la organización para ocupar una posición estratégica sostenida y permanente frente a sus competidores, a través del análisis del macroambiente de la organización con sentido de responsabilidad social.	Lectura y discusión grupal de situaciones relacionadas con el Macroambiente.	Salón audiovisual Equipo de cómputo Mesas, sillas Material didáctico requerido (Caso práctico, lápices, etc.)	UNIVERSIDAD DE MEXICO FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS MEXICO D.F. 8 hrs
3	Determinar la ventaja competitiva de la organización para ocupar una posición estratégica sostenida y permanente frente a sus competidores, a través del análisis del microambiente de la organización con sentido de responsabilidad social.	Lectura y discusión grupal de situaciones relacionadas con el Microambiente.	Salón audiovisual Equipo de cómputo Mesas, sillas Material didáctico requerido (Caso práctico, lápices, etc.)	UNIVERSIDAD DE MEXICO FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS MEXICO D.F. 8 hrs
4	Determinar la importancia del desarrollo corporativo y selección de estrategias para lograr la ventaja competitiva de la organización frente a sus competidores, aprovechando áreas	Analisis en equipo de prácticos casos relacionados con el desarrollo y selección de estrategias corporativas	Salón audiovisual Equipo de cómputo Mesas, sillas Material didáctico requerido (Caso práctico, lápices, etc.)	8 hrs

	de oportunidad como innovación, calidad y costos.	Diseño y realización de entrevista a directivo con la implementación de las estrategias en la organización en la que se desempeña.	Salón audiovisual Equipo de cómputo Mesas, sillas Material didáctico requerido (hojas, lápices, etc.)	lápices, etc.)
5	Diseñar estructuras funcionales que permitan una ejecución efectiva de las estrategias para el logro de los objetivos financieros y estratégicos, considerando la asignación eficiente de los recursos y la consolidación de una cultura de apoyo organizacional a la estrategia.	Anализar mecanismos de evaluación y control que tomando en consideración la estructura organizacional y las estrategias definidas, permita evaluar el nivel de avance e impacto en el cumplimiento de metas y objetivos de la empresa.	Salón audiovisual Equipo de cómputo Mesas, sillas Material didáctico requerido (hojas, lápices, etc.)	5 hrs.
6		Presentación en equipo de casos relacionados con empresas nacionales e internacionales.	Salón audiovisual Equipo de cómputo Mesas, sillas Material didáctico requerido (hojas, lápices, etc.)	4 hrs

UNIVERSIDAD AUTONOMA  
DE NAYA CALIFORNIA



FACULTAD DE CIENCIAS  
ADMINISTRATIVAS  
MEXICALI

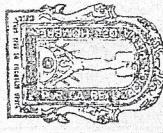
## VII. METODOLOGÍA DE TRABAJO

- Lectura anticipada de los temas por parte de los alumnos, para iniciar la clase con preguntas sobre lo leído, con la posterior explicación por parte del maestro.
- Aplicación de casos prácticos en equipo, al finalizar cada unidad, indicando la resolución de cada caso por parte del maestro.
- Dinámicas de clase por parte del maestro, que promuevan las habilidades de: integración, trabajo en equipo, creatividad, habilidad mental y toma de decisiones.
- Conferencias asignando el maestro los temas de relevancia y buscando los alumnos la participación de especialistas y conferencistas prestigiados en el área, para comparar la teoría vista en clase con la práctica real de las empresas.
- Visitas a empresas para conocer la forma en la que implementan la planeación estratégica en las diferentes áreas funcionales de la organización.

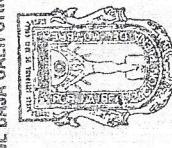
## VIII. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

- |                        |     |
|------------------------|-----|
| Tareas y participación | 20% |
| Exámenes               | 10% |
| Exposiciones           | 30% |
| Trabajo Final          | 40% |

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA  
DE BAJA CALIFORNIA



FAACULTAD DE CIENCIAS  
ADMINISTRATIVAS  
MÉXICALI

IX. BIBLIOGRAFÍA	
Básica	Complementaria
Administración Estratégica: Un enfoque integrado Hill, Charles W.L. y Jones Gareth R. CENGAGE Learning, 9na Edición, .México. 2011	Strategic Management: Concepts and Cases Hitt, Michael A., Ireland R., Duane and Hoskisson, Robert, E. CENGAGE Learning, 10a Edición, USA, 2012
Conceptos de Administración Estratégica David, Fred R. Pearson Prentice Hall. 11va. Edición, 2008	On competition Porter, Michael Harvard Business Review, USA, 2008.
Estrategia Global Peng, Mike W. CENGAGE Learning, 2da Edición, México. 2010	Ansoff, Igor Strategic Management Classic Edition Palgrave Macmillan, 1ra. Edición, USA, 2007.
Administración Griffin Ricky W, CENGAGE Learning, 10a Edición, México. 2011	UNIVERSIDAD AUTONOMA DE BAJA CALIFORNIA  FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS MEXICALI

## X. PERFIL DEL DOCENTE

Licenciatura: Lic. en Administración de Empresas, Mercadotecnia, o carreras afines

Especialidad: Análisis estratégico

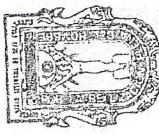
Maestría: Maestría en Administración, Maestría en Mercadotecnia o área afín.

Años de experiencia docente: 2 años

Años de experiencia laboral en el área: 3 años (mínimo)

Área de experiencia: Administración y gestión estratégica y/o análisis estratégico, compras, ventas y mercadotecnia estratégica.

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA  
DE BAJA CALIFORNIA



FACULTAD DE CIENCIAS  
ADMINISTRATIVAS  
MÉXICO, D.F.