

SÍLABO

I. INFORMACIÓN GENERAL

Programa : Maestría en Project Management Semipresencial
Curso : Dirección Estratégica
Docente : Daniel Onchi Miura
Fecha : Del 27 de Setiembre al 07 de Noviembre del 2021.
Créditos : 02 (32 Horas)

II. INTRODUCCIÓN

La finalidad de este curso es introducir, debatir, pensar y aplicar aspectos claves relativos a la gestión estratégica de los negocios en general y específicamente al proceso de formulación y toma de decisiones estratégicas. Estructurar una forma de pensar estratégica a través de modelos y técnicas que faciliten la toma de decisiones estratégicas en los negocios.

III. LOGROS DEL CURSO

Al finalizar el curso, el alumno conoce y aplica los conceptos claves para la toma de decisiones estratégicas. Además:

- Tiene una idea global e integral de la empresa.
- Desarrolla una forma de pensar para tomar decisiones estratégicas.
- Piensa en los grandes desafíos que tiene la empresa en estas épocas de turbulencia.
- Piensa en el futuro de la organización.

IV. UNIDADES DE APRENDIZAJE

Unidad 1: Fundamentos de Dirección Estratégica

Logro:

Al finalizar la unidad, el participante aplica los conceptos básicos de Dirección Estratégica a un caso concreto que implica una decisión de impacto en el futuro de una empresa. Además, evalúa escenarios futuros y desarrolla su pensamiento estratégico.

Temario:

- Introducción
- Evolución histórica de la dirección estratégica
- Concepto y elementos de estrategia
- Niveles de prospectiva empresarial
- Proceso de planeación estratégica
- Análisis de variables del ambiente externo e interno
 - o Análisis Organizacional
- Estrategias para hacer competitivas las empresas
- Modelos estratégicos de negocios

Unidad 2: Modelo de Planeación Estratégica y Creación de Valor

Logro:

Al finalizar la unidad, el participante explora cómo la estructura de la industria delinea la estrategia de una empresa y aprende a analizar las fuerzas que definen cómo es el comportamiento de una industria.

Temario:

- Modelo de planeación estratégica
 - Formulación de planes
 - Matriz FODA
 - Programas o líneas de desarrollo
 - Proyectos
 - Objetivos estratégicos
 - Presupuesto Maestro
- Creación de valor
- Estrategias de Crecimiento
- Dimensiones estratégicas
- La trampa de la competencia
- Las tres plataformas
- Conducir una empresa hacia un alto crecimiento

Unidad 3: Dinámica de la dirección estratégica y Herramientas de planificación estratégica

Logro:

Al finalizar la unidad, el participante analiza las capacidades que deben tener las empresas de hoy y cómo pueden desarrollar su ventaja competitiva. El actual entorno competitivo globalizado y la explosión del desarrollo de la tecnología y la información, hacen que el ámbito en el que operan las empresas no tenga precedentes.

Temario:

- Dinámica de la dirección estratégica
- Dinámicas en la formación de estrategias
- Dinámica competitiva
- Teoría de las palancas
- Método cartesiano
- Brainstorming
- Campo de fuerzas positivas y negativas (Kurt Lewin)
- Frecuencia Estática
- Ley de Pareto
- Gantt
- Pert
- Diagrama de causa efecto
- Balanced score card
- TRIZ

V. METODOLOGÍA

El curso se basa en la siguiente estrategia:

- Análisis de Videos de clase y ppts
- Discusión de Lecturas
- Discusión de Foros
- Análisis de Tareas

VI. EVALUACIÓN

Tipo de evaluación	Peso %
Foros	30
Tareas	30
Evaluación Final	40

Foros

Se irán realizando durante el desarrollo del curso en las sesiones de aprendizaje. Tienen como finalidad poner en práctica el análisis de los conocimientos impartidos y promueven el aprendizaje colaborativo.

Tareas

Son trabajos individuales para fomentar el pensamiento crítico.

Evaluación Final

Tiene por finalidad que los participantes demuestren su capacidad para aplicar los conceptos y las metodologías aprendidas a un tema cercano a ellos.

VII. BIBLIOGRAFÍA

1. PALACIOS ARCEO, LUIS CARLOS (2013). Dirección Estratégica
2. HITT, Michael A. Administración estratégica. Competitividad y conceptos de globalización
3. HAMEL, Gary. El Futuro de la Administración
4. PORTER, Michael (1996) Estrategia competitiva: técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia. México, D.F: CECSA.
5. PORTER, Michael E. (2002) Ventaja competitiva: creación y sostenimiento de un desempeño superior. 2a ed. México, D.F.: Compañía Editorial Continental.
6. GHEMAWAT, Pankaj (2000) La estrategia en el panorama del negocio: textos y casos. México, D.F: Pearson.
7. COLLINS, James y PORRAS, Jerry (2002) Empresas que perduran: principios exitosos de compañías triunfadoras. Bogotá: Norma.
8. COLLINS, Jim (2002) Empresas que sobresalen: por qué unas sí pueden mejorar la rentabilidad y otras no. Bogotá: Norma. (658.4012 COLL/E)