

## PROGRAMA DE ASIGNATURA

### IDENTIFICACIÓN DE LA ASIGNATURA

Asignatura: <b>GESTIÓN ESTRATÉGICA II</b>		Sigla: <b>ICS-028</b>	Fecha de aprobación 08/08/2017 (CC.DD. Acuerdo 14/2017)		
Créditos UTFSM: <b>3</b>	Prerrequisitos: <b>ICS-022</b> Gestión Estratégica	Examen: <b>No</b>	Unidad Académica que la imparte.		
Créditos SCT: <b>5</b>			<b>Departamento de Ingeniería Comercial</b>		
Horas Cátedra Semanal: <b>3</b>	Horas Ayudantía Semanal:	Horas Laboratorio Semanal:	Semestre en que se dicta		
			Impar	Par	Ambos
<b>Eje formativo: Ingeniería Aplicada</b> <b>Tiempo total de dedicación a la asignatura: 149 horas cronológicas.</b>					

### Descripción de la Asignatura

Esta asignatura se focaliza en que el estudiante aplique, simulando, estrategias de las organizaciones que buscan alcanzar altos rendimientos y ventajas competitivas en multinegocios, y en condiciones de mercado de hipercompetencia dentro del ámbito de la globalización.

### Requisitos de entrada

Seleccionar y diseñar herramientas y metodologías para alcanzar ventajas competitivas sustentables, con el fin de obtener alta productividad y rentabilidad dentro de una organización.

### Contribución al Perfil de Egreso

#### Competencias Transversales USM:

2. Adquirir la capacidad de **Resolución de Problemas** para atender los objetivos de la empresa u organización.
3. Desarrollar el sentido de **Compromiso con la Calidad** en todas las dimensiones de su ejercicio profesional.
4. Desarrollar la **Innovación y Emprendimiento** utilizando oportunamente los nuevos conocimientos y técnicas de la ingeniería.
6. Ejercer la **Comunicación Efectiva** para conducir y facilitar sus relaciones interpersonales laborales y las de su organización.

#### Competencias Específicas ICOM:

2. Diseñar, administrar y gestionar de modo sustentable y sistémico el marketing, la producción, las finanzas, el recurso humano, las operaciones, los procesos de abastecimiento y distribución, la investigación y la innovación.
3. Diseñar e implementar procesos de mejora continua de la organización en su conjunto y/o en cada una de sus áreas.
5. Identificar y describir el dinamismo de los escenarios y contextos económicos a nivel nacional e internacional.
6. Analizar el alcance de las principales variables industriales y de mercado que afectan a las empresas y organizaciones.
7. Evaluar oportunidades de negocios, considerando condiciones de incertidumbre y su impacto en la toma de decisiones.
8. Emprender e innovar en la gestión de negocios, identificando las oportunidades que constituyen creación de valor en la organización.

### Resultados de Aprendizaje que se espera lograr en esta asignatura

**RdeA 7:** Aplica estrategias de dirección en cada área funcional: marketing, finanzas, RRHH y operaciones, argumentando la integración de éstas, a corto y largo plazo, en un contexto innovador.

**RdeA 11:** Propone proyectos de alineación organizacional o coherencia entre estrategia de dirección,

recursos y cambio, **argumentando** su propuesta.

**RdeA 15:** Analiza entornos económicos y sociales, **aplicando** la estructura dada.

**RdeA 16:** Evalúa, **predice e interviene** el comportamiento de la economía, **estableciéndolo** a nivel microeconómico.

**RdeA 18:** Relaciona y **predice** comportamiento de variables industriales y de mercado, **asociándolas** al sistema.

**RdeA 20:** Identifica oportunidades de negocios **describiéndolas y argumentándolas** en el contexto económico inmediato.

**RdeA 21:** Propone estructuras organizacionales, **estableciéndolas** bajo condiciones de incertidumbre.

**RdeA 23:** Innova en procesos de gestión dados, **argumentando** su accionar.

### Contenidos temáticos

1. Revisión de conceptos principales de estrategia y ventaja competitiva.
2. Profundización en Estrategias.
3. Implementando Estrategias
4. Sistemas de Gestión:
  - Cuadro de Mando Integral
  - Gestión por Competencia
  - Six – Sigma
  - Gestión del Conocimiento
  - McKinsey (7-S)

### Metodología de enseñanza y aprendizaje

- Análisis de casos y lecturas.
- Desarrollo de trabajo práctico de análisis y evaluación en simulación.

### Evaluación y calificación de la asignatura (Ajustado a Reglamento Institucional-Reglamento N°1)

Requisitos de aprobación y calificación	La evaluación y Calificación consisten en: Certamen de contenidos 1 y 2, Presentación de análisis de casos dados con formulación de estrategias y Presentación de evaluación de estrategias (pros y contras o ventajas y desventajas) utilizadas por una empresa internacional, hipercompetitiva y con alta velocidad en innovación.										
	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="background-color: #d9e1f2;">Instrumentos de evaluación.</th> <th style="background-color: #d9e1f2;">%</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Certamen (C)</td> <td style="text-align: center;"><b>20</b></td> </tr> <tr> <td>Análisis de casos y formulación de estrategias (AF<sub>1</sub>)</td> <td style="text-align: center;"><b>20</b></td> </tr> <tr> <td>Análisis de casos y formulación de estrategias (AF<sub>2</sub>)</td> <td style="text-align: center;"><b>20</b></td> </tr> <tr> <td>Evaluación de estrategias (Ee)</td> <td style="text-align: center;"><b>40</b></td> </tr> </tbody> </table>	Instrumentos de evaluación.	%	Certamen (C)	<b>20</b>	Análisis de casos y formulación de estrategias (AF <sub>1</sub> )	<b>20</b>	Análisis de casos y formulación de estrategias (AF <sub>2</sub> )	<b>20</b>	Evaluación de estrategias (Ee)	<b>40</b>
Instrumentos de evaluación.	%										
Certamen (C)	<b>20</b>										
Análisis de casos y formulación de estrategias (AF <sub>1</sub> )	<b>20</b>										
Análisis de casos y formulación de estrategias (AF <sub>2</sub> )	<b>20</b>										
Evaluación de estrategias (Ee)	<b>40</b>										

• **Promedio semestral (PS)** se calcula según:  

$$PS = C * 0,20 + AF_1 * 0,20 + AF_2 * 0,20 + Ee * 0,40 +$$

### Recursos para el aprendizaje

#### Bibliografía

Texto Guía	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hitt M.; Ireland R.; Hoskisson R. (2015). Administración Estratégica-Competitividad y Globalización-Conceptos y Casos.</li> </ul>
Complementaria Opcional	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kaplan R.; Norton D. (2012). The Execution Premium.</li> <li>• Markides C. (2002). En la Estrategia está el Éxito, Guía para formular estrategias revolucionarias.</li> </ul>

## II. Cálculo de cantidad de horas de dedicación - (SCT-Chile) - Cuadro resumen de la asignatura

ACTIVIDAD	Cantidad de horas de dedicación		
	Cantidad de horas por semana	Cantidad de semanas	Cantidad total de horas
PRESENCIAL			
Cátedra o Clases teóricas	3	14	42
Ayudantía/Ejercicios			
Visitas industriales (de Campo)			
Laboratorios / Taller			
Evaluaciones (certámenes, otros)	3	3	9
Otras (Especificar)			
NO PRESENCIAL			
Ayudantía			
Tareas obligatorias	5	10	50
Estudio Personal (Individual o grupal)	4	12	48
Otras (Especificar)			
<b>TOTAL (HORAS RELOJ)</b>			<b>149</b>
Número total en CRÉDITOS TRANSFERIBLES			<b>5</b>

1 SCT = 30 horas cronológicas (Total horas ÷ 30= total de SCT)