

MATERIA	DIRECCIÓN ESTRATÉGICA (2023)
DEPARTAMENTO	CIENCIAS ECONÓMICAS
CARRERA	ADMINISTRACIÓN
AÑO	SEGUNDO
SEMESTRE	SEGUNDO
PROFESOR TITULAR	LIC. NICOLÁS RIVERO
PROFESOR ADJUNTO	LIC. ROMINA JOFRÉ

OBJETIVOS

General:

Analizar los aspectos teóricos y prácticos que permitan al alumno desarrollar competencias en relación a la dirección estratégica, resignificando la importancia de su buen uso.

Específicos:

- Conocer las distintas corrientes del pensamiento estratégico y su evolución histórica.
- Incorporar los conceptos y herramientas fundamentales de la administración y el planeamiento estratégico en el ámbito global.
- Identificar los condicionantes de la estrategia y su impacto en las organizaciones.
- Analizar las distintas formas de la implantación estratégica, como así también comprender la importancia.
- Incorporar los conceptos de visión, misión y estrategia de negocios.
- Profundizar el análisis del sector industrial. La relación de las cinco fuerzas. La ventaja competitiva. La cadena de valor.
 - Estrategias genéricas.
- Analizar las estrategias sobre productos. Decisiones. Posicionamiento. Ciclo de vida del producto.
- Introducir en la Estrategia Internacional de la empresa. Conocer las ventajas y riesgos de operar internacionalmente.
- Conocer las diferentes formas de alianzas estratégicas.

CONTENIDOS

UNIDAD I - Introducción al estudio de la Dirección Estratégica

- Conceptos básicos: estrategia, dirección, estrategia empresarial, niveles de estrategia.
- Dirección estratégica. Concepto. Proceso de dirección estratégica.
- Dirección operativa vs dirección estratégica, diferencias.
- Evolución del concepto de planeamiento y del pensamiento estratégico. Escuelas del pensamiento estratégico.
- Dirección estratégica en distintos contextos. Pyme: concepto, características, ventajas, desventajas.
- Diagnóstico de una empresa u organización.
- Claves de una estrategia exitosa.
- Modelo Canvas de negocio: para qué sirve, módulos y análisis.

UNIDAD II - Entorno interno y externo

- Análisis estratégico: concepto, proceso, herramientas de análisis.
- Misión, visión, objetivos, recursos.
- Diagnóstico de la empresa y su entorno.
- Análisis FODA: concepto, objetivo, utilidad, análisis.
- Análisis de las siete “S” de Mc Kinsey.
- Benchmarking: conceptos, tipos, etapas.
- El diamante de PORTER: concepto, análisis
- Las cinco fuerzas competitivas: concepto, análisis
- Tablero de control: concepto, objetivos, tipos.
- Análisis de la cartera de productos. Matriz BCG: concepto, análisis.
- Matriz Mc Kinsey: concepto, análisis.
- Cadena de Valor: concepto, utilidad, análisis.

UNIDAD III - Estrategias

- Estrategias genéricas: bajo costo, diferenciación y enfoque.
- Estrategias de integración vertical y horizontal.
- Estrategias de crecimiento: matriz Ansoff o productos – mercados.
- Estrategias defensivas: atrincheramiento, desmembramiento, liquidación.
- Estrategias de diversificación: relacionada o no relacionada.

UNIDAD IV - Estrategias Internacionales - Alianzas

- Globalización: concepto, implicancias, principales agentes, ventajas y desventajas.
- Alianzas estratégicas: concepto, justificación, clases, ventajas y desventajas.
- Selección de socio: importancia, errores, riesgos.
- Motivos para operar internacionalmente. Ventajas y obstáculos de la internacionalización.
- Modo de ingreso a los mercados internacionales: exportación directa, exportación indirecta, exportación concentrada, producción en mercados exteriores.

UNIDAD V - Rentabilidad y éxito de proyectos

- Rentabilidad de la empresa: concepto, índices.
- Rentabilidad de un Proyecto: concepto, VAN, TIR, periodo de recupero. Análisis de sensibilidad: concepto, escenarios.
- Punto de equilibrio operativo: concepto, utilidad, ventajas, análisis.

METODOLOGÍA

- Se dictarán clases teóricas, brindando ejemplos reales que respalden los contenidos.
- Se fomentará el trabajo práctico en equipo, con grupos formados libremente para debatir los casos planteados a lo largo del dictado del curso.
- Como herramienta de dictado se utilizará el Power Point y otros medios digitales.

EVALUACIÓN:

Para obtener la regularidad:

- Se tomarán 2 exámenes parciales escritos.
- El alumno deberá tener aprobados ambos parciales. Debe entenderse por aprobado, haber obtenido en cada parcial o sus recuperatorios un porcentaje superior al 60 %.
- Se tomará un examen recuperatorio para cada parcial y de ser necesario un examen extraordinario.
- El alumno debe cumplir como mínimo con el 75 % de asistencia a las clases teórico – prácticas.

Sistema de evaluación

Para los alumnos que regularicen la materia el examen final comenzará con un coloquio (tema a elección del alumno entre los contenidos del programa) y se completará con preguntas sobre los temas del programa a elección del docente. Se rinde examen oral, salvo que las circunstancias justifiquen un examen escrito.

BIBLIOGRAFÍA

- Apuntes de cátedra.
- Libro Dirección Estratégica Séptima Edición. Gerry Johnson y Kevan Scholes. Prentice Hallclyde.
- Libro Administración Estratégica. Octava Edición. Charles W. L. Hill y Gareth R. Jones. Mc Graw Hill.