

**UNIVERSIDAD NUEVA ESPARTA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS DE DISEÑO**

**DISEÑO CURRICULAR
TÉCNICAS ADMINISTRATIVAS III
(PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA)**

CÓDIGO DE LA ESCUELA: 15-17247		PENSUM: Abril 1997
ASIGNATURA: Técnicas Administrativas III		CÓDIGO DE ASIGNATURA: 15-0907
SEMESTRE: 9	UNIDADES CREDITOS: 2	TOTAL HORAS/SEMESTRE: 32

PRELACIÓN	ELABORACIÓN	REVISADO POR
15-0906	Prof. Antonella De Sisto	Prof. Carolina Díaz
-	Fecha: Enero 2004	Fecha: Enero 2004

OBJETIVO GENERAL

Al término del curso los participantes serán capaces de aplicar la Planificación Estratégica en el ámbito empresarial con la finalidad de tomar decisiones administrativas.

UNIDAD I: INTRODUCCIÓN A LA PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA

1. Objetivos de la Unidad:

1.1. Objetivo Terminal:

Al finalizar la Unidad I el participante será capaz de reconocer la importancia de la Planificación Estratégica dentro del ámbito empresarial, así como manejar los conceptos relacionados con la Planificación Estratégica.

1.2. Objetivos Específicos:

1.2.1. Establecer el concepto de Planificación Estratégica.

1.2.2. Diferenciar a la Planificación Estratégica de la predicción del futuro.

1.2.3. Establecer las características de la Planificación Estratégica.

1.2.4. Establecer las ventajas y desventajas de la Planificación Estratégica.

1.2.5. Establecer los entes participantes en el proceso de la Planificación Estratégica.

1.2.6. Reconocer la importancia de la Planificación Estratégica.

2. Contenidos:

Concepto de planificación, concepto de plan, concepto de estrategia, concepto de Planificación Estratégica. Entes o personas que participan en el proceso de la Planificación Estratégica. Características de la Planificación Estratégica. Ventajas de la Planificación Estratégica. Desventajas de la Planificación Estratégica. Importancia de la Planificación Estratégica para una organización, unidad, división, área y/o departamento funcional.

3. Estrategias Metodológicas:

3.1. Tormenta de ideas.

3.2. Exposición del Profesor.

UNIDAD II: EL PROCESO DE PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA

1. Objetivos de la Unidad:

1.1. Objetivo Terminal:

Al finalizar la Unidad II el participante identificará las etapas de la Planificación Estratégica, realizará el análisis situacional de toda organización, a fin de aplicar la Planificación Estratégica y establecerá la importancia de la visión, misión, objetivos y metas de la organización como bases para implementar la Planificación Estratégica.

1.2. Objetivos Específicos:

1.2.1. Establecer las etapas de la Planificación Estratégica.

1.2.2. Explicar en qué consiste el análisis D.O.F.A.

1.2.3. Saber aplicar herramientas para el análisis interno y externo de una organización.

1.2.4. Establecer los conceptos de visión, misión, objetivos y metas.

1.2.5. Reconocer los tipos de misión de una empresa.

1.2.6. Especificar las diferencias entre objetivo, meta y estrategia.

2. Contenidos:

Las etapas de la Planificación Estratégica. Análisis Interno – Externo. Herramientas que se utilizan para realizar el análisis Interno y Externo de una organización. Importancia del análisis D.O.F.A. Concepto de visión. Concepto de misión. Concepto de objetivo. Concepto de meta. Cómo se redactan la visión, misión, objetivos, metas y estrategias.

3. Estrategias Metodológicas:

3.1. Exposición del docente.

3.2. Casos de estudio.

3.3. Talleres.

UNIDAD III: LAS FUERZAS COMPETITIVAS

1. Objetivos de la Unidad:

1.1. Objetivo Terminal:

Al finalizar la Unidad III el participante será capaz de realizar el análisis de las fuerzas competitivas a nivel industrial con la finalidad de establecer estrategias.

1.2. Objetivos Específicos:

1.2.1. Identificar y analizar el poder de las cinco fuerzas competitivas del modelo de Michael Porter y explicar de qué manera determinan el potencial de rentabilidad de una industria.

1.2.2. Aplicar ejemplos de análisis de las cinco fuerzas competitivas a empresas diversas.

2. Contenidos:

El ambiente industrial. El modelo de las cinco fuerzas competitivas de Michael Porter. Las fuerzas competitivas: rivalidad entre los vendedores, presión de los productos sustitutos, poder de negociación de los clientes, poder de negociación de los proveedores y entrada potencial de nuevos competidores.

3. Estrategias Metodológicas:
 - 3.1. Investigación por parte de los estudiantes.
 - 3.2. Discusión en clases.
 - 3.3. Caso de estudio.

UNIDAD IV: TIPOS DE ESTRATEGIAS SEGÚN LAS CARACTERÍSTICAS Y SITUACIÓN DE LA EMPRESA

1. Objetivos de la Unidad:
 - 1.1. Objetivo Terminal:

Al finalizar la Unidad IV el participante reconocerá los diferentes tipos de estrategias aplicadas a las organizaciones según el nivel de negocios y ciclo de vida en la industria.
 - 1.2. Objetivos Específicos:
 - 1.2.1. Identificar y analizar las estrategias que se aplican en organizaciones a nivel de negocios.
 - 1.2.2. Identificar y analizar las estrategias que se aplican en organizaciones dependiendo del ciclo de vida de la industria/mercado/producto.
2. Contenidos:

Estrategias a nivel de negocios o genéricas (estrategias de liderazgo en costos, estrategias de diferenciación, estrategia de enfoque). Estrategias dependiendo del ciclo de vida en la industria o del producto (estrategias para empresas en industrias emergentes, estrategias para empresas en transición hacia la madurez de la industria, estrategias para compañías en industrias maduras o en declive, estrategias para competir en industrias fragmentadas).
3. Estrategias Metodológicas:
 - 3.1. Investigación por parte de los alumnos.
 - 3.2. Casos de estudio.

UNIDAD V: ESTRATEGIAS CORPORATIVAS

1. Objetivos de la Unidad:
 - 1.1. Objetivo Terminal:

Al finalizar la Unidad V el participante analizará los tipos de estrategias que se implementan en empresas diversificadas, en aquellas que se internacionalizan, así como cuando son objeto de alianzas estratégicas, adquisiciones, fusiones y reestructuraciones.
 - 1.2. Objetivos Específicos:
 - 1.2.1. Identificar el concepto de diversificación.
 - 1.2.2. Analizar las ventajas y desventajas de la diversificación versus las empresas que poseen un solo negocio o producto.
 - 1.2.3. Identificar las diferentes estrategias de diversificación.
 - 1.2.4. Diferenciar las estrategias basadas en reestructuración, adquisición, fusión y alianzas.
 - 1.2.5. Identificar cuáles son las estrategias más utilizadas en materia de internacionalización de empresas.

2. Contenidos:
Razones para diversificar una empresa. Estrategias de diversificación. Diversificación relacionada y no relacionada. Fusiones y adquisiciones. Reestructuración. Estrategias internacionales. Tipos de estrategias de internacionalización. Las alianzas estratégicas.
3. Estrategias Metodológicas:
 - 3.1. Investigación por parte de los estudiantes.
 - 3.2. Discusión en clases.
 - 3.3. Caso de estudio.
4. Evaluación:
El docente determinará en el Plan Cronograma las fechas y el tipo de evaluación a realizar. Adoptará en las Pruebas Parciales las normas establecidas en el Reglamento de Evaluación de la Universidad Nueva Esparta.

BIBLIOGRAFÍA:

DAVID, Fred. Conceptos de Administración Estratégica. Pearson Educación. México. 1.997.

GUÍAS DE GESTIÓN DE LA PEQUEÑA EMPRESA. La ventaja competitiva. Ediciones Díaz de Santos, S.A. España. 1.997.

GOODSTEIN, Leonard / NOLAN, Timothy / PFEIFFER, J. Planeación Estratégica aplicada. Editorial McGraw-Hill. Colombia. 2.000.

HITT, Michael / IRELAND, R. / HOSKISSON, Robert. ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA. Competitividad y conceptos de globalización. International Thomson Editores. México. 1.999.

SERNA GÓMEZ, Humberto. GERENCIA ESTRATÉGICA. Planeación y gestión – Teoría y Metodología. 3R Editores. Colombia. 1.997.

THOMPSON, Arthur A. / STRICKLAND, A.J. Dirección y administración estratégicas. Editorial McGraw-Hill. México. 1.998.