

FACULTAD: CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS

UNIDAD CURRICULAR: PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA

Código de la Escuela	Código	Período	Elaborado por	Fecha Elaboración		Plan de Estudios
30	30-0910	XI	Prof. José Chachati	Octubre 2012		2012
Eje de Formación			Prelación	HAD	HTIE	Unidades de Crédito
Profesional y Práctica			Administración de Talento Humano	4	8	3

HAD: Horas de Acompañamiento Docente Semanales
 HTIE: Horas de Trabajo Independiente del Estudiante Semanales

FUNDAMENTACIÓN

La perspectiva estratégica mundial en los albores del siglo XXI se dimensiona en un contexto estructural y funcional de mayor flexibilidad al que existía hasta finales de los años 90, en el que induce a caracterizar la cosmovisión de la época moderna y el impacto que esta genera al producir y adaptar el conocimiento sobre las ciencias económicas y sociales, lo cual se ve reflejado entre otros, en el pensamiento organizativo, como producto de la interacción entre factores externos monitoreados por el efecto de la globalización y factores internos mediante el uso tecnológico que ha dado cabida a la realización de distintos tipos de negocios competitivos a través de medios electrónicos en tiempos reales.

Estos elementos permiten incrementar la probabilidad de conjugar de manera eficaz, eficiente y efectiva el binomio organizacional “ventaja competitiva- capacidad financiera” de las empresas, introduciendo nuevos productos y servicios que les permite mediante una adecuada administración estratégica, alcanzar utilidades que pueden estar por encima del promedio existente en la industria, adaptándose al entorno y a las variables predominantes.

De allí, que la planificación estratégica sustenta sus acciones hoy en día en la explotación adecuada, ejecutable y aceptable de los aspectos organizacionales que coadyuven a fortalecer más aun sus capacidades, identificar sus debilidades y, la forma de evitar que estas se transformen en vulnerabilidades mediante la influencia de posibles amenazas, así como aprovechar las oportunidades que brinda el ambiente externo.

Bajo esta premisa, se presenta la tendencia de la corriente del pensamiento estratégico, cuyo contenido se acompaña con métodos e instrumentos adecuados que permiten examinar, evaluar, diagnosticar, proponer y decidir las estrategias y acciones necesarias para ejercer

COMPETENCIAS DEL PERFIL PROFESIONAL VINCULADAS CON LA UNIDAD CURRICULAR

El estudiante deberá ser competente para realizar las siguientes actividades profesionales:

1. Analizará las estrategias requeridas en base a los posibles escenarios creados que manejará tanto la organización pública o privada, alineada con la misión y visión de estas y con las infraestructuras tecnológicas y de procesos operados en estas, así como las debilidades, fortalezas, oportunidades y amenazas existentes, .
2. Planificará los planes, programas y proyectos necesarios que le den respuestas a las estrategias establecidas tanto a las organizaciones públicas como privadas, argumentando las bases conceptuales a partir de la identificación de los principios, con una actitud crítica, considerando la importancia del tema de estudio.
3. Determinará el impacto de la responsabilidad social y ambiental de las actividades originadas a través de los planes, programas y proyectos, con el propósito de establecer posibles alteraciones, beneficios o daños sobre la población y su entorno.
4. Evaluará los resultados de las auditorias efectuadas, considerando la prudencia y oportunidad de cambios acordes a las dinámicas propias del entorno y de la organización propiamente dicha.

COMPETENCIAS DE LA UNIDAD CURRICULAR

1. Realizará estudios sobre casos que le permitan la evaluación y establecimiento tanto del comportamiento organizacional en base a las estrategias utilizadas como de los factores externos incidentes, de manera que se efectúen proyecciones y modificaciones políticas, estratégicas operacionales, modos y/o condiciones acordes a las exigencias requeridas.
2. Determinará potenciales soluciones para atender a los problemas propios de las organizaciones en materia de administración y comercialización a través de evaluaciones adecuadas, ejecutables y aceptables, estudiadas cualitativa y cuantitativamente.

MÓDULOS

MÓDULO I. INTRODUCCIÓN A LA PLANIFICACIÓN ESTRATEGICA

Contenidos:

1. Contexto mundial. Factores globales, comercio electrónico, ambiente. Conceptos de planificación estratégica, plan estratégico, estrategias. Etapas de la planificación estratégica.
2. Visión sistémica. Intuición y riesgo en la Planificación estratégica. Adaptación al

cambio. Benchmark. Efectividad, eficiencia y eficacia. Entes participantes en el proceso de la Planificación Estratégica. Modelo y variables características de la planificación estratégica. Ventajas y desventajas de la Planificación Estratégica. Aplicación de estrategias empresariales.

Desempeños:

- 1.1 Analiza los factores externos como fuerzas que mueven el mundo empresarial hoy en día, así como lo inserta en cada fase necesaria de la planificación estratégica.
- 2.1 Determina los resultados de eficacia, eficiencia y efectividad, analizando si dichos valores se adaptan a las necesidades establecidas en el proceso de planificación estratégica.
- 2.2 Examina el entorno político, económico, social, cultural, ecológico y geográfico, basándose en el acontecer nacional e internacional, así como de las realidades actuales mediante el uso amplio de la tecnología informativa existente en la universidad.
- 2.3. Determina las posibles estrategias precisas y adecuadas utilizar en base a los escenarios construidos.

MÓDULO II. PROCESO DE PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA

Contenidos:

1. La ventaja competitiva. Etapas de la Planificación Estratégica. Filosofía para la Visión y Misión y como se deben redactar. Consideraciones e incidencias sobre la misión y visión organizacional a través de la perspectiva ambiental y política social.
2. Objetivos a largo plazo, objetivos a corto plazo, Estrategias. Políticas, Programas y Presupuestos. Plan, programa, proyectos, componentes y actividades. Criterios de adecuabilidad, ejecutabilidad y aceptabilidad.
3. Auditoria externa. Fuerzas externas y relación con la organización. Análisis del Entorno. Premisas. Análisis DOFA (FO-FA-DO-DA), Relación de la vulnerabilidad. Riesgos. Matriz de evaluación externa. Criterios y ponderación.
4. Análisis a través de la matriz comparativa. Matriz ventaja competitiva.

Desempeños:

- 1.1. Redacta la misión y visión de la organización en base a la realidad actual y la razón de ser de la misma.
- 2.1. Analiza las prioridades, objetivos, políticas requeridas, planes, programas y proyectos, considerando su adecuación, ejecutabilidad y ejecutabilidad.
- 3.1. Evalúa los factores externos, a propósito de obtener una ponderación cualitativa cuantitativa del entorno y su afectación sobre la organización.
- 4.1. Efectúa estudios comparativos y competitivos de las organizaciones en base a las auditorías realizadas.

MÓDULO III. LAS FUERZAS COMPETITIVAS DE PORTER

Contenidos:

1. 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. Análisis comparativo Interno-

Desempeños:

1.1 Estudia las fuerzas que afectan a las organizaciones que forman parte de una industria determinada, considerando su competitividad, clientes, proveedores, productos y competidores tomando como ejemplo a una organización tanto pública como privada.

MÓDULO IV. TIPOS DE ESTRATEGIAS SEGUN LAS CARACTERISTICAS Y SITUACION DE LA EMPRESA

Contenidos:

1. Clasificación de estrategias según características de la organización. Tipos de estrategias de acuerdo a la situación de la empresa.
2. Tipos de estrategias según las características y situación de la empresa. Investigar las estrategias dependiendo del ciclo de vida en la industria o del producto. (Liderazgo, de Diferenciación y de Enfoque).
3. Estrategias dependiendo del ciclo de vida en la industria o del producto (estrategias para empresas en industrias emergentes, en transición hacia la madurez de la industria, en industrias maduras o en declive y estrategias para competir en industrias fragmentadas)

Desempeños:

1.1 Establezca la diferencia entre las estrategias de diferenciación, de enfoque y de liderazgo, para la obtención de criterios determinados en cuanto a la selección del tipo de estrategia adecuadas para cada organización..

MÓDULO V. ESTRATEGIAS CORPORATIVAS

Contenidos:

1. Razones para diversificar una empresa. Estrategias de diversificación. .Diversificación relacionada y no relacionada.
2. Fusiones y Adquisiciones. Reestructuración. Estudios de casos. Grupo consultor de Boston. Matriz space. Estrategias internacionales. Tipos de estrategias de internacionalización. Las alianzas estratégicas..

Desempeños:

1.1 Determina las razones para diversificar una organización, extendiendo su capacidad de análisis hacia la necesidad de fusión como medio de alianza estratégica tanto a nivel nacional como internacional.

ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS

Se propiciarán actividades tendientes a la exploración e investigación de los conocimientos previos puestos en práctica, obtenidas de la indagación sobre problemas reales existentes, en la que se realizarán exposiciones y dinámicas grupales continuas.

Mediante la elaboración de matrices cualitativas-cuantitativas de la DOFA, el docente desarrollará con apoyo de los estudiantes los elementos teóricos para la construcción de escenarios y de estudios organizacionales propensos a la implementación de estrategias.

Se realizarán estudios de fondo que permitan obtener distintas soluciones potenciales basadas en la adecuación, ejecutabilidad y aceptabilidad.

ESTRATEGIAS DE EVALUACIÓN

Los contenidos de la unidad curricular y el desempeño de la competencia se efectuarán mediante evaluación diagnóstica y continua con la presentación de distintos trabajos relacionados con organizaciones existentes a nivel nacional e internacional.

Se aplicarán diversas técnicas e instrumentos acordes con lo que se espera lograr y con las características del grupo, adaptados a trabajos grupales, exposiciones, pruebas escritas.

Se efectuarán debates utilizando la metodología de los seis sombreros a fin de evaluar los módulos IV y V.

REFERENCIAS

Andreu, R. (1996). Estrategia y Sistema de Información. 2da Edición. Madrid: Mc Graw Hill, Interamericana de España, S.A.

Crane, A. (mayo-junio 2005). In the company of spies: when competitive intelligence gathering becomes industrial espionage. Business horizons 48, number 3,

David, F. (2008). Conceptos de Administración Estratégica. Decimoprimer edición. México: Pearson Educación.

Dierckxsens W. (2008). La crisis mundial del siglo XXI: oportunidad de transición al poscapitalismo. Georgia, Frutiger y Times.

Pearce J. y Robinson R. (1998) Stratetigc Managment, 7ma edición. New York: Mc-Graw Hill.