

1. DATOS DE IDENTIFICACIÓN			
MÓDULO	PLANEACIÓN ESTRATÉGICA		
Clave:			
Horas y créditos:	Teóricas: 32	Prácticas: 32	Estudio Independiente: 32
	Total, de horas: 96	Créditos: 6	
Tipo de módulo:	Teórico	Teórico-práctico X	Práctico
Competencia(s) del perfil de egreso que desarrolla o a las que aporta.	El programa de Planeación Estratégica trata de la sustancia y contenido de la estrategia de la organización que la ayuda a competir con éxito en un entorno cambiante, y a enfrentar un futuro incierto. La estrategia es concebida como un concepto multidimensional que agrupa a todas las actividades críticas de la organización, proveyéndola con un sentido de unidad, dirección y propósito, así como también facilitando los cambios necesarios inducidos por factores externos.		
Responsables de elaborar y/o actualizar el programa:	Dr. Arturo Retamoza López		
Fecha de	Elaboración: 20/06/18	Actualización: 20/06/18	

2. PROPÓSITO

La estrategia es un marco fundamental a través del cual la organización asegura su continuidad vital y al mismo tiempo, facilita su adaptación al entorno. Así, la esencia de la estrategia se convierte en la gestión decidida del cambio hacia el desarrollo de ventajas competitivas en cada negocio en el que la organización compite. El programa pretende desarrollar en los participantes la habilidad de elaborar un plan estratégico estructurado, a través del aprendizaje de conceptos y herramientas, y su adecuada aplicación en diferentes situaciones de negocio.

3. SABERES

Teóricos:	Manejo de los conocimientos de la planeación a la planeación estratégica, así como de los elementos que intervienen y muestran relación con las dificultades al momento de planear.
Prácticos:	Dominio de técnicas y herramientas que le permitan al estudiante desarrollo una planeación estratégica eficiente, adecuada a la situación de la actividad económica y las situaciones de los negocios.
Actitudinales:	Asume una actitud responsable, crítica y ética con relación a la planeación estratégica pública/privada.

• 4. CONTENIDOS

Unidad I.- Naturaleza de la Planeación Estratégica

- Terminología
- Modelo de administración estratégica
- Ética empresarial

Unidad II.- El entorno económico y los determinantes de la competitividad

- El entorno económico y los determinantes de la competitividad
- La ventaja competitiva de las empresas en sectores mundiales
- Determinantes de la ventaja competitiva nacional
- La dinámica de la ventaja nacional
- Estrategias competitivas genéricas
- Un modelo de análisis de la competencia – Señales de mercado

Unidad III.- Proyectar la dirección de una compañía: visión y misión, objetivos y estrategia

- Desarrollo de la visión estratégica, la misión y un conjunto de valores esenciales
- Establecimiento de objetivos
- Formulación de una estrategia
- Ejecución de la estrategia
- Evaluación del desempeño e inicio de ajustes correctivos
- El gobierno corporativo. Función de la junta directiva en los procesos de formulación y ejecución de la estrategia

Unidad IV.- Evaluación del ambiente externo de una compañía

- Componentes estratégicamente pertinentes del macroambiente de una empresa
- Pensar estratégicamente en el ambiente industrial y competitivo de una empresa

Unidad V.- Evaluar los recursos, capacidades y competitividad de una empresa

- Identificar los recursos y capacidades de la empresa
- Determinar si los recursos y capacidades de una empresa son lo bastante fuertes para generar una ventaja competitiva sustentable
- Identificar las fortalezas internas de una empresa
- Identificar las debilidades y deficiencias competitivas de una empresa
- Identificar las oportunidades comerciales de una empresa
- Identificar las amenazas externas a la rentabilidad futura de una empresa
- Concepto de la cadena de valor de una empresa
- Sistema de cadena de valor de toda una industria

- Benchmarking
- Opciones estratégicas para remediar una desventaja de costos o eficacia
- Traducir el desempeño excelente de las actividades de la cadena de valor en ventajas competitivas

Unidad VI. Estrategias competitivas genéricas

- Estrategias de costos bajos
- Estrategias de diferenciación amplia
- Estrategias dirigidas (o de nicho de mercado)
- Estrategias de proveedores de mejores costos

Unidad VII.- Fortalecer la posición competitiva de una empresa

- Opciones estratégicas para mejorar la posición en el mercado de una empresa
- Estrategias defensivas
- Estrategias horizontales de fusión y adquisición
- Estrategias de integración vertical
- Estrategias de subcontratación.

Unidad VIII.- Estrategias para competir en los mercados internacionales

- Estrategias de exportación
- Estrategias con licencias
- Estrategias con franquicias
- Estrategias de adquisición
- Estrategias de empresas tipo greenfield
- Estrategias de alianzas y empresas conjuntas

Unidad IX.- Estrategia corporativa: La diversificación y la empresa con múltiples negocios

- Compra de un negocio existente
- Fundación interna
- Empresas conjuntas
- Elegir un modo de entrada

Unidad X.- Ética, responsabilidad social corporativa, sustentabilidad ambiental y estrategia

- Origen de las normas éticas
- Escuela del universalismo ético
- Escuela del relativismo ético
- Ética y teoría de los contratos sociales integrados
- Cómo y por qué los estándares éticos afectan las labores de idear y ejecutar estrategias

- Estrategia, responsabilidad social corporativa y sustentabilidad ambiental

Unidad XI.- Elaboración del proyecto final de planeación estratégica

- El plan comercial como parte del desarrollo de la estrategia competitiva
- Diseño y elaboración del Plan Estratégico: modelo de negocio, objetivos y contenido del plan
- Diseño del sistema de control y gestión: medición de la estrategia, mapas estratégicos y alineación de presupuestos

5. ACTIVIDADES PARA DESARROLLAR LAS COMPETENCIAS

Actividades del docente

- Establecer las políticas del curso
- Respetar el horario del curso y la forma de evaluarlo.
- Cumplir el temario y el número de horas asignadas al curso.
- Asesorar y guiar el trabajo de las unidades de aprendizaje.
- Retroalimentar el trabajo de los alumnos.
- Preparar material y utilizar estrategias que permitan alcanzar los propósitos del curso.
- Asistir a todas las sesiones y estar a tiempo.
- Mantener el control dentro del aula y fomentar el trabajo en equipo.
- Mantener una actitud de respeto y tolerancia a los estudiantes.

Actividades de estudiante

- Asistir puntualmente
- Contar con asistencia mínima de 80%
- Cumplir con las actividades encomendadas, entregando con calidad en tiempo y forma los trabajos requeridos
- Participar activa y críticamente en el proceso de enseñanza aprendizaje

6. EVALUACIÓN DE LAS COMPETENCIAS

6.1. Evidencias de aprendizaje	6.2. Criterios de desempeño	6.3. Calificación y acreditación
<ul style="list-style-type: none"> • Contar con la asistencia mínima de 80% • Serie de ejercicios y problemas a resolver individualmente y por equipo • Examen parcial escrito 	<ul style="list-style-type: none"> • Claridad y limpieza en los reportes de ejercicios realizados • Demostrar la aplicación del contenido de los cursos • Nivel de comprensión lectora y expresión textual y oral • Cuidado del lenguaje al hablar y de la ortografía al escribir 	<ul style="list-style-type: none"> • Participación en clase 10% • Prácticas 10% • Exámenes parciales: 80% • Evaluación final: Se promedia con ordinario

1.4. Medios de registro y medición de las evaluaciones

- Lista de asistencia
- Carpeta del docente

7. FUENTES DE INFORMACIÓN

FRED, DAVID (2008), *“Conceptos de Administración Estratégica”*, 11ª edición, Edit. Pearson Educación, México, 2008.

THOMPSON A., J. GAMBLE, M. PETERAF, A. STRICKLAND III, (2012) *“Administración Estratégica: Teoría y Casos”*, 18ª edición, Edit. McGraw Hill, México, 2012. KOONTZ, H., H. WEHRICH, M. CANNICE, (2012), *“Administración: Una perspectiva global y empresarial”*, 14ª edición, Edit. McGraw Hill, México 2012.

ACKOF, R (1983), *“Planificación de la empresa del futuro”*, Edit. Limusa, 1983.

GOODSTEIN, L., T. NOLAN, J. PFEIFFER (1998), *“Planeación Estratégica Aplicada”*, Edit. McGraw Hill, Colombia, 1998.

SCOTT, A. (2003), *“Strategic Planning”*, Edit. Pearson Education, United kingdom, 2003.

8. PERFIL DEL PROFESOR

- Con nivel mínimo de maestría

- Habilidades matemáticas
- Experiencia en análisis económico
- Experiencia en análisis de datos