

PROGRAMA DE CURSO

Código	Nombre			
IN 5003	DIRECCIÓN ESTRATÉGICA			
Nombre en Inglés				
Strategic Management				
SCT	Unidades Docentes	Horas de Cátedra	Horas Docencia Auxiliar	Horas de Trabajo Personal
6	10	3	0	7
Requisitos			Carácter del Curso	
IN4002 - Taller de Ingeniería Industrial II			Obligatorio de la carrera de Ingeniería Civil Industrial	
Resultados de Aprendizaje				
<p>El estudiante al término del curso demuestra que:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aplica los conceptos y metodologías utilizados para la formulación de estrategias de negocios y corporativas, a través del análisis de problemas competitivos y de creación de valor, con una perspectiva estratégica. • Aplica los conceptos y metodologías para la implementación de estrategias de negocios y corporativas, mediante el análisis y evaluación de casos de negocios reales, públicos y privados, para reconocer las variables clave que determinan el logro de ventaja competitiva sustentable. 				

Metodología Docente	Evaluación General
<p>La metodología de trabajo será participativa, privilegiando la vinculación de los conceptos, con su aplicación en problemas reales, con un rol muy activo de los alumnos en la sala, habiéndose preparado para ello.</p> <p>Se realiza un trabajo aplicado, a partir de los conceptos vistos en clases, respecto del cual, los alumnos hacen presentaciones de avance periódicas y desarrollan un trabajo escrito.</p> <p>Además se realizan evaluaciones periódicas de actualidad y lectura de la bibliografía, junto con considerar la asistencia a cátedras.</p> <p>Las actividades centrales son:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Clases participativas • Revisión de lecturas y videos • Desarrollo trabajo aplicado en grupos • Presentaciones de alumnos 	<p>Las instancias de evaluación serán:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Control (1) – 30% • CTP's (2 veces por semana) – 20% • Trabajo aplicado en grupos – 40% • Participación – 10%

UNIDADES TEMÁTICAS

Número	Nombre de la Unidad	Duración en Semanas
1	BASES PARA LA FORMULACIÓN DE LA ESTRATEGIA	3,0
Contenidos	Resultados de Aprendizajes de la Unidad	Referencias a la Bibliografía
1. Introducción y conceptos básicos de la formulación de la estrategia 2. Análisis de escenarios externos 3. Análisis de ambiente interno a la empresa	El estudiante demuestra que: 1. Maneja conceptos tales como análisis estratégico para comprender el contexto de un negocio, bajo los criterios de crecimiento, rentabilidad y sustentabilidad. 2. Maneja conceptos y metodologías para analizar el entorno y el ambiente interno, relevante a una organización, a fin de reconocer las variables clave que determinan la competitividad de un negocio.	Capítulos 1 a 3 libro guía

Número	Nombre de la Unidad	Duración en Semanas
2	FORMULACIÓN DE LA ESTRATEGIA	7,0
Contenidos	Resultados de Aprendizajes de la Unidad	Referencias a la Bibliografía
1. Estrategia de negocios 2. Dinámica Competitiva 3. Estrategias Corporativas 4. Estrategias de Adquisición y Re-estructuración 5. Estrategias Internacionales 6. Estrategias Cooperativa	El estudiante demuestra que aplica los conceptos y metodologías para formular estrategias de negocios y corporativas, abordando problemas estratégicos complejos, para crear valor a los clientes y a los dueños.	Capítulos 4 a 9 libro guía

Número	Nombre de la Unidad	Duración en Semanas
3	APLICACIÓN DE LA ESTRATEGIA	5,0
Contenidos	Resultados de Aprendizajes de la Unidad	Referencias a la Bibliografía
1. Gobierno Corporativo 2. Controles y estructura de la organización 3. Liderazgo 4. Emprendimiento e Innovación Corporativa	El estudiante demuestra que aplica conceptos y metodologías para implementar estrategias de negocios y corporativas, que apunten el desarrollo de largo plazo de las organizaciones, evaluando su impacto futuro en el negocio (crecimiento, rentabilidad y sustentabilidad).	Capítulos 10 a 12 libro guía

Bibliografía General
<p>Bibliografía Recomendada:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Libro Guía: Hitt, M., Ireland, R., y Hoskisson, R., “Administración Estratégica, Competitividad y Conceptos de Globalización”, (International Thomson Editores). • Complementaria: <ul style="list-style-type: none"> o C.K. Prahalad & G. Hamel; The Core Competence of the Corporation, Harvard Business Review, May-June 1990 o A. Osterwalder & Y. Pigneur; Business Model Generation, John Wiley & Sons, Inc., 2010 o W. Chan Kim & R. Mauborgne; Blue Ocean Strategy: How to Create Market Space and Make Competition Irrelevant, Harvard Business School Publishing Corporation, 2005

Actualizado:	Primavera 2014
Elaborado por:	Claudio Pizarro T. – Carlos Castro G.
Revisado por:	Dirección de Docencia DII Área de Desarrollo Docente (Pendiente)