

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 conceptos y metodologías utilizados para la formulación de estrategias de negocios y corporativas, para lo cual se analizan problemas competitivos y modalidades de creación de valor. Es clave que los alumnos distingan una perspectiva estratégica para abordarlos. • 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, y del análisis de un problema estratégico, para lo cual reconoce las variables clave que determinan el desarrollo de ventaja competitiva sustentable. 				

Metodología Docente	Evaluación General
<p>La metodología de trabajo es participativa, privilegiando vincular los conceptos con su aplicación a problemas reales y un rol 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 entregan un documento escrito.</p> <p>Además se realizan evaluaciones semanales de lecturas de la actualidad y de la bibliografía, junto con considerar la participación en clases.</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 (en cada sesión) – 15% • Trabajo aplicado en grupos – 40% • Participación – 15%

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
<ol style="list-style-type: none"> 1. Introducción y conceptos básicos de la formulación de la estrategia 2. Análisis de escenarios externos 3. Análisis de ambiente interno a la empresa 	<p>El estudiante demuestra que:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Maneja conceptos de análisis estratégico para comprender el contexto de un negocio, bajo 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. 3. Comprende concepto de Valor Compartido, como una visión de largo plazo para el desarrollo de las organizaciones. 	<p>Capítulos 1 a 3 libro guía</p>

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
<ol style="list-style-type: none"> 1. Estrategia de negocios 2. Dinámica Competitiva 3. Estrategias Corporativas 4. Estrategias de Adquisición y Re-estructuración 5. Estrategias Internacionales 6. Estrategias Cooperativa 	<p>El estudiante demuestra que:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Aplica conceptos y metodologías para formular estrategias de negocios y corporativas, abordando problemas estratégicos complejos, para crear valor a los clientes y a los dueños; incluso con una perspectiva de valor compartido. 	<p>Capítulos 4 a 9 libro guía</p>

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 - <i>Stakeholders Engagement</i>).	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 o Michael E. Porter and Mark R. Kramer; The Big Idea: Creating Shared Value, Harvard Business Review, Jan-Feb 2011

Actualizado:	Otoño 2015
Elaborado por:	Claudio Pizarro T. – Carlos Castro G.
Revisado por:	<ul style="list-style-type: none"> - Docencia DII - Área de Desarrollo Docente (ADD)