



Ministerio de Cultura y Educación
Universidad Nacional de San Luis
Facultad de Ciencias Económicas, Jurídicas y Sociales
Departamento: Ciencias Económicas
Area: Administración

(Programa del año 2012)
(Programa en trámite de aprobación)
(Presentado el 23/05/2012 13:28:58)

I - Oferta Académica

Materia	Carrera	Plan	Año	Período
Dirección General	Licenciatura en Administración	7/99	2012	2° cuatrimestre

II - Equipo Docente

Docente	Función	Cargo	Dedicación
VERHAEGHE, EDGARDO	Prof. Co-Responsable	Visitante	0 Hs
CASABENE, HECTOR MARCELO	Auxiliar de Práctico	A.1ra Exc	40 Hs

III - Características del Curso

Credito Horario Semanal				
Teórico/Práctico	Teóricas	Prácticas de Aula	Práct. de lab/ camp/ Resid/ PIP, etc.	Total
120 Hs	80 Hs	40 Hs	0 Hs	8 Hs

Tipificación	Periodo
A - Teoría con prácticas de aula y campo	2° Cuatrimestre

Duración			
Desde	Hasta	Cantidad de Semanas	Cantidad de Horas
06/08/2012	16/11/2012	15	120

IV - Fundamentación

En el Plan de Estudios de la carrera de Licenciado en Administración, la asignatura Dirección General, esta ubicada en 5° año - 2° cuatrimestre, articulándose tanto en sentido vertical como horizontal con las asignaturas correlativas.

-El curso, en su contenido académico, esta planteado para dotar al alumno de los conocimientos (humanísticos, científicos y técnicos), habilidades, aptitudes y valores que le permitan desempeñarse con eficiencia y profesionalidad en la solución de problemas reales dentro de la administración estratégica.

V - Objetivos / Resultados de Aprendizaje

Generales:

- Proveer al alumno una interpretación básica del subsistema y de la función de la administración estratégica, destacando el significado de su rol en las operaciones de la empresa, que facilite la capacidad de análisis y la ampliación de criterios racionales de decisión, para la solución de problemas en su área.
- Brindar una comprensión de las combinaciones de las variables de la administración estratégica, para la adopción de decisiones racionales, creativas y oportunas frente a la real situación de mercado que plantean los problemas organizacionales.
- Desarrollar su capacidad creativa a partir de un enfoque sistémico e integral , teniendo al hombre como destinatario final de todo quehacer humano.
- Entrenar su capacidad operativa para el:
- Análisis Estratégico.

- Diseño e implementación de la Estrategia.
- Elaboración de Planes Estratégicos.

Específicos:

- Conocimientos: Dotar al alumno del marco conceptual de la materia.
- Habilidades: Entrenar al alumno en la solución de los problemas reales.
- Aptitudes: -Formar al alumno como sujeto creativo e innovador, con capacidad de decisión y propensión a asumir riesgos.
- Desarrollar la capacidad de expresarse fluida y correctamente, tanto en forma oral como escrita.
- Valores: -Capacitar al alumno para comprender y revalorizar al hombre como destinatario del quehacer económico.
- Desarrollar una clara conciencia de la responsabilidad social de la empresa.

VI - Contenidos

UNIDAD 1. “EL PROCESO DE ADMINISTRACION ESTRATEGICA”

Las cinco tareas de la administración estratégica.

La administración estratégica como proceso.

Sujetos participantes en las cinco tareas de administración estratégica.

Beneficiarios de un enfoque estratégico en la administración.

UNIDAD 2. “LAS TRES TAREAS EN LA CREACIÓN DE LA ESTRATEGIA”.

El desarrollo de una Visión Estratégica y de una Misión..

Establecimiento de Objetivos.

La creación de la estrategia.

Los factores que modelan la estrategia de la compañía.

UNIDAD 3. “ANALISIS INDUSTRIAL COMPETITIVO”.

Los métodos del análisis de la industria y competitivo.

El modelo de Porter.

Los impulsores del cambio.

Posiciones competitivas fuertes y débiles.

Medidas estratégicas de los rivales.

Factores clave de éxito competitivo.

Propuesta acerca de cómo hacer un análisis de la industria y competitivo completo.

El Modelo Biasca.

UNIDAD 4. “EVALUACIÓN DE LOS RECURSOS Y LAS CAPACIDADES COMPETITIVAS DE LA COMPAÑÍA”.

Revisión de la estrategia actual de la compañía.

Fortalezas y debilidades de los recursos de la compañía y sus amenazas y oportunidades externas.

El análisis F.O.D.A.

La competitividad de los precios y costos de la compañía. La cadena de valor.

La posición competitiva de la compañía y la relación con las de sus rivales.

Algunos problemas estratégicos de la compañía.

UNIDAD 5. “ESTRATEGIA Y VENTAJA COMPETITIVA”.

Las cinco estrategias competitivas genéricas.

Las estrategias de integración vertical y competitiva.

Las estrategias de cooperación y ventaja competitiva.

Las estrategias ofensivas y defensivas.

UNIDAD 6. “CONSISTENCIA DE LA ESTRATEGIA CON LA SITUACIÓN DE UNA COMPAÑÍA”.

Estrategias para competir en mercados emergentes.

Estrategias para competir en mercados de alta velocidad.

Estrategias para competir en industrias que están madurando.
Estrategias para las empresas en industrias estancadas o en declive.
Estrategias para competir en industrias fragmentadas.
Estrategias para competir en mercados internacionales.
Estrategias para empresas en las siguientes situaciones: líderes de la industria; que ocupan un segundo lugar; débiles

UNIDAD 7. “ESTRATEGIA Y VENTAJA COMPETITIVA EN COMPAÑÍAS DIVERSIFICADAS”.

Momento para Diversificarse. La creación de valor para el inversionista.
Estrategias de diversificación: Estrategias para ingresar en nuevos negocios. Estrategias de diversificación relacionada.
Estrategias de diversificación no relacionada. Estrategias de diversificación y liquidación. Estrategias de cambio de posición corporativa, economía y reestructuración. Estrategias de diversificación multinacional.
Estrategias de combinación de diversificación relacionada – no relacionada.

UNIDAD 8. “EVALUACIÓN DE LAS ESTRATEGIAS DE LAS COMPAÑÍAS DIVERSIFICADAS”.

Identificación de la estrategia corporativa actual.
Evaluación del atractivo de la industria. Tres pruebas elementales.
Evaluación de las fortalezas competitivas de cada una de las unidades de negocios de la compañía.
Análisis del ajuste estratégico. Verificación del potencial para la ventaja competitiva.
Análisis del ajuste de recursos. Determinación de lo adecuado de los recursos de la empresa con los requerimientos de la unidad de negocios.
Clasificación de las unidades de negocios sobre la base del desempeño pasado y de los prospectos futuros.
Decisiones sobre: las prioridades de asignación de recursos y sobre la dirección estratégica general para cada unidad de negocios.
Diseño de una estrategia corporativa.

UNIDAD 9. “PUESTA EN PRÁCTICA DE LA ESTRATEGIA: CREACIÓN DE CAPACIDADES DE RECURSOS Y ESTRUCTURACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN”.

Análisis del marco de referencia y de las principales tareas para la puesta en práctica de la estrategia. Proceso guía.
Desarrollo de una organización capaz.
Estructuras organizacionales del futuro.

UNIDAD 10. “PUESTA EN PRÁCTICA DE LA ESTRATEGIA”

Presupuestos y estrategia.
Políticas y estrategias.
Procedimientos y estrategias.
Mejores prácticas y compromiso por el mejoramiento continuo.
Instalación de sistemas de apoyo.
Sistemas de recompensa.
Cultura y liderazgo.

VII - Plan de Trabajos Prácticos

- Lectura e interpretación de la bibliografía básica y de consulta.
- Conformación de cada desarrollo teórico con sus aspectos prácticos.
- Elaboración de un trabajo de campo. El mismo se realizará en grupos de no más de tres (3) personas.
- Desarrollo grupal de casos y sus fundamentos teóricos.

VIII - Regimen de Aprobación

- a) Aprobación de dos evaluaciones parciales o sus correspondientes recuperatorios. Con los exámenes parciales se evaluarán los contenidos teóricos de la asignatura. Con la presentación del trabajo de campo se evaluará la aplicación práctica de los conceptos teóricos.
- b) Alumnos que trabajan: que cumplen funciones laborales en relación de dependencia y que así lo hayan acreditado en

tiempo y forma en Sección Alumnos de esta Facultad, podrán rendir conforme a la normativa vigente, un recuperatorio adicional (global) del parcial y su correspondiente recuperatorio en el que haya sido reprobado a efectos de alcanzar la condición de regular. Solo podrán rendir el recuperatorio adicional (global) de un solo parcial.

c) Examen final integral e individual sobre las Unidades Temáticas del presente programa. Podrá ser escrito u oral.

d) Los alumnos que rindan en condición de libre deberán previamente y al menos una (1) semana antes de la fecha del examen, presentar un trabajo de campo de las mismas características que los alumnos regulares. Una vez aprobado el trabajo de campo podrán presentarse a rendir el oral libre que podrá a criterio del profesor responsable evaluar temas de todo el programa.

IX - Bibliografía Básica

[1] . Thompson, Artur A Jr.. y Strickland III. “Administración Estratégica”. Editorial Mc. Graw Hill. 1999.

[2] . Mintzberg, Henry. Mintzberg y la dirección. Barcelona Ariel. 1984

[3] . Mintzberg, Henry y Brian Quinn, James. El proceso estratégico. Méjico. Prentice Hall. 1993.

[4] . Porter, Michael. Estrategia competitiva. Méjico. CECSA. 1982

X - Bibliografía Complementaria

[1] . HERMIDA, Jorge y SERRA, Roberto. Desafío empresario. Buenos Aires. Macchi. 1990.

[2] . ULRICH, Hans. Principios de estrategia empresaria. Buenos Aires. El Ateneo. 1983

XI - Resumen de Objetivos

No Aplica.

XII - Resumen del Programa

No Aplica.

XIII - Imprevistos

No Aplica.

XIV - Otros

ELEVACIÓN y APROBACIÓN DE ESTE PROGRAMA	
	Profesor Responsable
Firma:	
Aclaración:	
Fecha:	