

PROGRAMA DE CURSO

Código	Nombre			
IN 5003	DIRECCIÓN ESTRATÉGICA			
Nombre en Inglés				
Strategic Management				
SCT	Créditos	Horas de Cátedra	Horas Docencia Auxiliar	Horas de Trabajo Personal
6	6	3	0	7
Requisitos			Carácter del Curso	
IN4002 - Taller de Ingeniería Industrial II			Obligatorio de la carrera de Ingeniería Civil Industrial	
Competencias a la que tributa el curso				
Competencias Específicas				
<p>CE 1: Identificar los diferentes elementos de los problemas complejos que surgen en las organizaciones, y que son claves para resolverlos.</p> <p>CE 2: Concebir soluciones a los problemas que surgen en las organizaciones, utilizando los conocimientos provenientes de la gestión de operaciones, tecnologías de información y comunicaciones, finanzas, economía y marketing.</p> <p>CE 4: Emplear los conocimientos de las distintas disciplinas constitutivas de la ingeniería industrial: gestión de operaciones, tecnologías de información y comunicaciones, finanzas, economía y marketing, en las respectivas áreas funcionales de las organizaciones.</p> <p>CE 6: Desarrollar habilidades para liderar equipos de trabajo manejando las relaciones interpersonales.</p>				
Competencias Genéricas				
<p>CG 1: Comunicar ideas y resultados de trabajos profesionales o de investigación, en forma escrita y oral, tanto en español como en inglés.</p> <p>CG 2: Trabajar en equipos multidisciplinarios, asumiendo el liderazgo en las materias inherentes a su profesión en forma crítica y autocrítica.</p> <p>CG 5: Gestionar su autoaprendizaje en el desarrollo del conocimiento de su profesión, adaptándose a los cambios del entorno.</p>				
Propósito del Curso				
<p>El curso Dirección Estratégica tiene como propósito que el estudiante aborde la problemática estratégica que enfrentan las organizaciones privadas (empresas) y públicas (organismos del Estado y ONG's), las que se desenvuelven en un contexto cada vez más complejo, por efecto de la globalización, la digitalización y las tecnologías móviles, las que modifican los comportamientos de</p>				

las personas, acelerando y profundizando los cambios, los que afectan los modelos de negocios y los modelos de gestión; y por tanto, las estrategias.

Por otra parte, las organizaciones son también más complejas por su tamaño y exigencias que enfrentan sus clientes, reguladores, colaboradores y competencia.

En este contexto, se espera que el estudiante sea capaz de revisar y analizar conceptos y metodologías para tomar decisiones con perspectiva estratégica – largo plazo, objetivos últimos y totalidad de la organización - a fin de crear valor para los clientes, los trabajadores y los accionistas; sin descuidar los efectos de la digitalización; en especial, el rol que juegan los ecosistemas digitales.

La metodología del curso es activa – participativa. Se busca que los estudiantes adopten conocimientos y desarrollen habilidades de gestión con visión global y enfoque sistémico y económico; además de trabajo en equipo y comunicación profesional. Para ello, se privilegia la participación activa de los estudiantes, vinculando los conceptos con su aplicación a problemas y situaciones reales, tanto nacionales como internacionales. Asimismo, el estudiante aporta en clases, mediante la preparación de lecturas para cada sesión, así como de la lectura la prensa durante los fines de semana.

El docente acompaña el proceso de aprendizaje, ayudando al estudiante a resolver dudas, corregir, a reflexionar y tomar conciencia sobre el mundo de las organizaciones y sus procesos de transformación.

Resultados de Aprendizaje

CE 1 – CE4 – RA 1: Identifica y analiza problemas estratégicos de las organizaciones, considerando marcos conceptuales y metodologías, a fin de revisar las variables que determinan el desempeño estratégico de las organizaciones, además de su interacción.

CE 2 – RA 2: Formula estrategias y planes de acción para producir transformaciones en las organizaciones, para lo cual se analizan los conceptos que sustentan la estrategia y las metodologías para formularlas.

CE 4 – RA 3: Diseña mecanismos de ejecución de la estrategia y el control del grado de logro de las mismas, para lo cual analiza casos nacionales e internacionales, a fin de revisar el análisis estratégico y las estrategias formuladas para estos casos.

CE 2 – CE 4 – CE 6 – CG 1 – CG 2 – CG 5 – RA 4: Formula, de manera grupal, recomendaciones estratégicas que surgen del análisis de problemas complejos que afectan a las organizaciones, las que presenta y comunica a sus pares de manera clara y eficaz.

Metodología Docente	Evaluación General
<p>La metodología del curso considera un rol activo del estudiante, el que consiste en aportar en clases, preparar las lecturas para cada sesión y leer la prensa los fines de semana.</p> <p>Las actividades centrales son:</p>	<p>La evaluación principal del curso es un trabajo aplicado que se realiza durante todo el semestre, aplicando los conceptos vistos en clases. Los alumnos son asignados en grupos, hacen</p>

<ul style="list-style-type: none"> ● Clases expositivas y participativas con estructura INICIO – DESARROLLO – CIERRE. ● Lecturas de la prensa, bibliografía y revisión de videos y casos. ● Desarrollo trabajo aplicado en grupos. ● Presentaciones orales. ● Redacción de informes. 	<p>presentaciones de avance periódicas y entregan un documento escrito.</p> <p>Se realizan evaluaciones semanales de lecturas de la prensa de economía y negocios del fin de semana; y de la bibliografía del texto guía, junto con considerar la participación en clases.</p> <p>Las instancias de evaluación serán:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● CTP's (en cada sesión) – 30% ● Trabajo aplicado en grupos – 60% ● Aporte en Clases – 10%
---	--

UNIDADES TEMÁTICAS

Número	RA a la que tributa	Nombre de la Unidad	Duración en Semanas
1	RA 1	BASES PARA LA FORMULACIÓN DE LA ESTRATEGIA	3,0
Contenidos		Indicador de logro	Referencias a la Bibliografía
1. Introducción y conceptos básicos de estrategia en la era digital 2. Análisis de escenarios externos 3. Análisis de ambiente interno a la empresa		El estudiante demuestra que: - Define conceptos de estrategia en ambiente digital y los explica en contexto de situaciones reales. - Realiza análisis de variables estratégicas, comprendiendo el contexto digital que afecta a los negocios, bajo criterios de crecimiento, rentabilidad y sustentabilidad. - Analiza el entorno y el ambiente interno relevante a una organización, reconociendo las variables clave que determinan la competitividad de un negocio en un ambiente digital.	Capítulos 1 a 3 libro guía

Número	RA a la que tributa	Nombre de la Unidad	Duración en Semanas
2	RA 2 – RA 4	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 - rol de plataformas digitales. 2. Dinámica Competitiva 3. Estrategias Corporativas 4. Estrategias de Adquisición y Reestructuración 5. Estrategias Internacionales 6. Estrategias Cooperativa 	<p>El estudiante demuestra que:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Aplica conceptos y metodologías para formular estrategias corporativas y de negocios en ambiente digital. - Identifica y aborda problemas estratégicos complejos, tomando como base plataformas digitales y su impacto en la creación de valor para clientes, colaboradores y dueños; mediante el desarrollo de un trabajo aplicado. - Presenta y comunica, ya sea exponiendo o por escrito, los resultados del trabajo en grupo. 	<p>Capítulos 4 a 9 libro guía</p>
---	---	-----------------------------------

Número	RA a la que tributa	Nombre de la Unidad	Duración en Semanas
3	RA 3 y RA 4	APLICACIÓN DE LA ESTRATEGIA	5,0
Contenidos		Resultados de Aprendizajes de la Unidad	Referencias a la Bibliografía
<ol style="list-style-type: none"> 1. Gobierno Corporativo 2. Controles y estructura de la organización 3. Liderazgo 		<p>El estudiante demuestra que</p> <ul style="list-style-type: none"> - Investiga antecedentes que explican desempeño e impacto de variables estratégicas y de las estrategias, mediante recopilación bibliográfica y entrevistas con ejecutivos y profesionales. - Aplica conceptos y metodologías para implementar estrategias de negocios y corporativas, que apunten el desarrollo de largo plazo de las organizaciones. - Evalúa el impacto futuro en el negocio (crecimiento, rentabilidad y sustentabilidad - <i>Stakeholders Engagement</i>). - Presenta y comunica, verbal y por escrito, las principales conclusiones y aprendizajes, velando por la coherencia y estructura de los mismos. 	<p>Capítulos 10 a 12 libro guía</p>

Bibliografía General

Bibliografía Recomendada:

- **Libro Guía:** Hitt, M., Ireland, R., y Hoskisson, R., (2016) Strategic Management: Concepts and Cases: Competitiveness and Globalization, 12 ed., Cengage Learning
- **Complementaria:**
 - o Gupta, S.; Driving Digital Strategy: A Guide to Reimagining Your Business, Harvard Business Review Press, 2018
 - 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:	Primavera 2018
Elaborado por:	Claudio Pizarro T.
Revisado por:	Yerko Juretic y Carlos Castro