

### 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"> <li>• 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.</li> <li>• Aplica los conceptos y metodologías para la implementación de la estrategia de negocios y corporativas, mediante el análisis y evaluación de casos reales de negocios, públicos y privados, para reconocer las variables clave que determinan el logro de ventaja competitiva sustentable.</li> </ul>				

Metodología Docente	Evaluación General
<p>La metodología de trabajo será participativa, privilegiando la vinculación 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>También se trabaja con un trabajo aplicado, a partir de los conceptos vistos en clases, respecto del cual, los alumnos hacen presentaciones de avance periódicas.</p> <p>Las actividades centrales son:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Clases participativas</li> <li>• Lecturas y Videos</li> <li>• Tareas semanales</li> <li>• Presentaciones de alumnos</li> </ul>	<p>Las instancias de evaluación serán:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Control (1) – 35%</li> <li>• CTP's (semanal) – 20%</li> <li>• Trabajo Aplicado, realizado en grupos – 45%</li> </ul>

### UNIDADES TEMÁTICAS

Número	Nombre de la Unidad	Duración en Semanas
1	BASES PARA FORMULACIÓN DE LA ESTRATEGIA	3
Contenidos	Resultados de Aprendizajes de la Unidad	Referencias a 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	6
Contenidos	Resultados de Aprendizajes de la Unidad	Referencias a la Bibliografía
1. Estrategias de negocios. 2. Dinámica Competitiva 3. Estrategias Corporativas 4. Estrategias de Adquisición y Re-estructuración 5. Estrategias Internacional 6. Estrategias Cooperativa	El estudiante demuestra que: 1. Aplica los conceptos y metodologías para formular estrategias de negocios y corporativas, abordando problemas estratégicos complejos, a fin de 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	4
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: 1. Aplica conceptos y metodologías para implementar estrategias de negocios y corporativas, que apunten el desarrollo de largo plazo de las organizaciones, a fin de evaluar su impacto futuro en el negocio (crecimiento, rentabilidad y sustentabilidad).	Capítulos 10 a 12 libro guía.

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

Vigencia desde:	Otoño 2012
Elaborado por:	Claudio Pizarro T.
Revisado por:	Docencia DII Área de Desarrollo Docente (ADD)