

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/la 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 cuarta revolución industrial y los cambios sociales, los que modifican los comportamientos de las personas, acelerando y profundizando los cambios, los que afectan los modelos de negocios y los modelos de gestión.</p>				

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/la 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 el medio ambiente ni el contexto ciudadano en el que se desenvuelven. Finalmente, la digitalización juega un rol cada vez más importante, por lo que se introduce el concepto de ecosistemas digitales.

La metodología del curso es activa – participativa. Se busca que los y las estudiantes se apropien de conocimientos y desarrollen habilidades de gestión con visión global y enfoque sistémico y económico, humanista y científico; para lo cual trabajan en equipo y con comunicación profesional. Para ello, se privilegia la participación de los y las 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 de la prensa durante los fines de semana.

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

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 de el/la 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> <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>La evaluación principal del curso es un trabajo aplicado que se realiza durante todo el semestre, aplicando los conceptos vistos en clases. Los alumnos/as son designados/as en grupos, hacen 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 – 70%, incluyendo Autoevaluación grupal a final de semestre ● Aporte en Clases (no tendrá ponderación este semestre)
REGLAS DE APROBACIÓN	
<p>La aprobación considera el promedio final del curso, según la ponderación de cada actividad de evaluación indicada en el programa y detalladas a continuación, las que según el reglamento de la Escuela de Ingeniería y Ciencias deben ser todas iguales o superiores a 4,0 para aprobar. El curso no considera controles ni examen.</p> <p>Las instancias de evaluación son:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● CTP's (30%): Se realizan dos CTP's a la semana. Los días martes se evalúa la lectura de noticias de prensa que se publican en el foro del curso; mientras que los días jueves se evaluará el capítulo que corresponda leer para esa sesión o semana según este programa sesión a sesión. ● Trabajo semestral aplicado (70%): Las y los alumnos desarrollan durante el semestre, un trabajo de análisis estratégico en grupo que considera exposiciones periódicas y entregas parciales de un documento escrito. Los detalles del trabajo se encuentran en el documento "IN 5003 - Trabajo Semestral" en Material Docente del curso. <ul style="list-style-type: none"> ● Autoevaluación grupal (50% de la nota final del Trabajo Semestral): El proceso de autoevaluación que cada estudiante realiza, se relaciona a que cada integrante del grupo reciba una calificación final, acorde a su contribución durante el semestre, en la consecución de los objetivos de aprendizaje del citado trabajo, propuestos en cada una de las etapas de evaluación formal por parte del equipo docente. Los detalles de la autoevaluación se encuentran en el documento "IN 5003 - Trabajo Semestral" en Material Docente del curso. 	

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	4
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	6
Contenidos		Resultados de Aprendizajes de la Unidad	Referencias a la Bibliografía
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		El estudiante demuestra que: - 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.	Capítulos 4 a 9 libro guía

Número	RA a la que tributa	Nombre de la Unidad	Duración en Semanas
3	RA 3 y RA 4	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		El estudiante demuestra que - 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 al 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.	Capítulos 10 a 12 libro guía

Bibliografía General
Bibliografía Recomendada: <ul style="list-style-type: none"> ● <u>Texto Guía:</u> <ul style="list-style-type: none"> ○ Hitt, M., Ireland, R., y Hoskisson, R., Strategic Management: Concepts and Cases: Competitiveness and Globalization, 12 ed., Cengage Learning, 2016 ● <u>Textos Complementarios:</u> <ul style="list-style-type: none"> ○ Gupta, S.; Driving Digital Strategy: A Guide to Reimagining Your Business, Harvard Business Review Press, 2018. ○ Weill, Peter. What's Your Digital Business Model?: Six Questions to Help You Build the Next-Generation Enterprise, Harvard Business Review Press, 2018. ○ Ries, Eric; The Lean Startup; Crown Publishing Group; 2011. ● <u>Textos Sugeridos:</u> <ul style="list-style-type: none"> ○ A. Osterwalder & Y. Pigneur; Business Model Generation, John Wiley & Sons, Inc., 2010. ○ C.K. Prahalad & G. Hamel; The Core Competence of the Corporation, Harvard Business Review, May-June 1990.

- Michael E. Porter and Mark R. Kramer; The Big Idea: Creating Shared Value, Harvard Business Review, Jan-Feb 2011.
- W. Chan Kim & R. Mauborgne; Blue Ocean Strategy: How to Create Market Space and Make Competition Irrelevant, Harvard Business School Publishing Corporation, 2005.
- Tiwana, Amrit; Platform ecosystems: aligning architecture, governance, and strategy; Elsevier, 2014
- Ismail, S.; Malone M. & Van Geest, Y.; Exponential Organizations: Why New Organizations are Ten Times Better, Faster and Cheaper than Yours; Diversion Books; 2014.

Actualizado:	Primavera 2021
Elaborado por:	Claudio Pizarro T. - Carlos Castro G.
Revisado por:	Kay Manríquez P.