

PROGRAMA DE CURSO

Código	Nombre		
IN5003	Dirección estratégica		
Nombre en Inglés			
Strategic Management			
Créditos	Horas de Cátedra	Horas Docencia Auxiliar	Horas de Trabajo Personal
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			
CE1:	Identificar los diferentes elementos de los problemas complejos que surgen en las organizaciones, y que son claves para resolverlos.		
CE2:	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.		
CE4:	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.		
CE6:	Desarrollar habilidades para liderar equipos de trabajo manejando las relaciones interpersonales.		
Competencias Genéricas			
CG1:	Comunicar ideas y resultados de trabajos profesionales o de investigación, en forma escrita y oral, tanto en español como en inglés.		
CG2:	Trabajar en equipos multidisciplinarios, asumiendo el liderazgo en las materias inherentes a su profesión en forma crítica y autocrítica.		
CG5:	Gestionar su auto-aprendizaje en el desarrollo del conocimiento de su profesión, adaptándose a los cambios del entorno.		
Propósito del Curso			
<p>El curso IN5003, Dirección Estratégica, tiene como propósito que el estudiante aborde problemas estratégicos 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, que modifican los comportamientos de las personas, acelerando y profundizando los cambios. En este contexto es necesario señalar que las organizaciones son también más complejas por su tamaño y exigencias que enfrentan sus clientes, reguladores, colaboradores y competencia.</p> <p>En este contexto, se considera que el estudiante revise y analice conceptos y metodologías para tomar decisiones con perspectiva estratégica – a largo plazo, objetivos últimos y totalidad de la organización – a fin de crear valor para los clientes, los trabajadores y los accionistas.</p>			

La metodología del curso es activo – participativa. Se busca que los estudiantes integren 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	Competencia a la que tributa (CE-CG)
RA1: Analiza problemas de las organizaciones, considerando marcos conceptuales y metodologías para identificar variables determinantes en el desempeño estratégico y de interacción en las organizaciones.	CE1
RA2: Formula con su equipo de trabajo estrategias y planes de acción para producir transformaciones en las organizaciones, identificando variables y problemas, a fin de tomar decisiones que crean valor sobre su organización.	CE6–CG2
RA3: Diseña mecanismos de ejecución para la estrategia de transformación organizacional y el control del grado de logro, considerando variables intervinientes en el contexto de la organización.	CE4–CG5
RA4: Formula recomendaciones estratégicas que surgen del análisis de problemas complejos de las organizaciones, las que comunica, en forma oral y escrita, con claridad y coherencia.	CE2–CG1–CG2

Metodología Docente	Evaluación General
<p>Las metodología es activo participativa y contempla instancias tales como:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Clases expositivas y participativas con estructura INICIO – DESARROLLO - CIERRE - Lecturas de la prensa, bibliografía y revisión videos - Desarrollo trabajo aplicado en grupos - Presentaciones orales - Redacción de informes <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 durante los fines de semana.</p>	<p>La evaluación es de proceso y contempla:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Control (1) – 30% - CTP's (en cada sesión) – 15% - Trabajo aplicado en grupos – 40% - Participación – 15% <p>La evaluación principal del curso es un trabajo de carácter práctico que se realiza durante todo el semestre, aplicando los conceptos vistos en clases. Los estudiantes se organizan 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>

UNIDADES TEMÁTICAS

Número	RA al que tributa	Nombre de la Unidad	Duración en Semanas
1	RA1	Bases para la formulación de la estrategia	3
Contenidos		Indicador de logro	Referencias a la Bibliografía
1.1. Introducción y conceptos básicos de la formulación de la estrategia. 1.2. Análisis de escenarios externos. 1.3. Análisis de ambiente interno a la empresa.		El estudiante: <ol style="list-style-type: none"> 1. Caracteriza conceptualmente la noción de estrategia, considerando el contexto organizacional, los escenarios externos y ambiente interno de las empresas. 2. Realiza un análisis de variables estratégicas, comprendiendo el contexto de un negocio, bajo criterios de crecimiento, rentabilidad y sustentabilidad. 3. Analiza el entorno y el ambiente interno, relevante a una organización, reconociendo las variables clave que determinan la competitividad de un negocio. 	(1) Libro Guía: Hitt, M., Ireland, R., y Hoskisson, R., (2016) Strategic Management: Concepts and Cases: Competitiveness and Globalization, 12 ed., Cengage Learning. Capítulos 1 a 3 libro guía

Número	RA al que tributa	Nombre de la Unidad	Duración en Semanas
2	RA2-RA4	Formulación de la Estrategia	7
Contenidos		Indicador de logro	Referencias a la Bibliografía
2.1. Estrategia de negocios. 2.2. Dinámica Competitiva. 2.3. Estrategias Corporativas. 2.4. Estrategias de Adquisición y Re-estructuración. 2.5. Estrategias Internacionales. 2.6. Estrategias Cooperativa.		El estudiante: <ol style="list-style-type: none"> 1. Determina estrategias corporativas y de negocios, identificando problemas estratégicos complejos y buscando crear valor para los clientes, los colaboradores y los dueños. 2. Formula recomendaciones sobre estrategias corporativas de negocios, buscando crear valor para los clientes, los colaboradores y los dueños. 3. Comunica, ya sea en forma oral o por escrito, los resultados de las recomendaciones estratégicas, utilizando un lenguaje técnico, con claridad, precisión y coherencia en la exposición. 	(1) Libro Guía: Hitt, M., Ireland, R., y Hoskisson, R., (2016) Strategic Management: Concepts and Cases: Competitiveness and Globalization, 12 ed., Cengage Learning. Capítulos 4 a 9 libro guía.

Número	RA al que tributa	Nombre de la Unidad	Duración en Semanas
3	RA3–RA4	Aplicación de la estrategia	5
Contenidos		Indicador de logro	Referencias a la Bibliografía
3.1. Gobierno Corporativo. 3.2. Controles y estructura de la organización. 3.3. Liderazgo. 3.4. Emprendimiento e Innovación Corporativa.		El estudiante: <ol style="list-style-type: none"> 1. Indaga antecedentes que explican el desempeño e impacto de las estrategias y variables estratégicas, mediante recopilación documental y entrevistas con ejecutivos y profesionales, analizando y evaluando el contexto de la organización. 2. Aplica metodologías para generar e implementar estrategias de negocios y corporativas que apunten el desarrollo de largo plazo de las organizaciones. 3. Evalúa el impacto futuro en el negocio, considerando crecimiento, rentabilidad y sustentabilidad - <i>Stakeholders engagement</i> de las organizaciones. 4. Comunica, de forma oral y escrita, con claridad y coherencia, las recomendaciones estratégicas, considerando el diseño, implementación y evaluación de impacto de estas en el contexto organizacional. 	(1) Libro Guía: Hitt, M., Ireland, R., y Hoskisson, R., (2016) Strategic Management: Concepts and Cases: Competitiveness and Globalization, 12 ed., Cengage Learning. Capítulos 10 a 12 libro guía.

Bibliografía General

Bibliografía Recomendada:

(1) Libro Guía: Hitt, M., Ireland, R., y Hoskisson, R., (2016) Strategic Management: Concepts and Cases: Competitiveness and Globalization, 12 ed., Cengage Learning

Complementaria:

(2) C.K. Prahalad & G. Hamel; The Core Competence of the Corporation, Harvard Business Review, May-June 1990

(3) A. Osterwalder & Y. Pigneur; Business Model Generation, John Wiley & Sons, Inc., 2010

(4) W. Chan Kim & R. Mauborgne; Blue Ocean Strategy: How to Create Market Space and Make Competition Irrelevant, Harvard Business School Publishing Corporation, 2005

(5) Michael E. Porter and Mark R. Kramer; The Big Idea: Creating Shared Value, Harvard Business Review, Jan-Feb 2011

Actualizado:	2017
Elaborado por:	Claudio Pizarro T.
Validado por	Jerko Juretic y Teodoro Wigodsky, CTD
Revisado por:	Docencia DII, Área de Gestión Curricular