



Dirección estratégica de PyMEs

Syllabus

Agosto 2010

Profesor: Bernardo Creamer Guillén

1. Descripción del curso

Este curso de dirección estratégica de PyMEs pretende recorrer los aspectos más importantes de la dirección estratégica, donde se analizarán los elementos que persisten como prácticas de éxito en las empresas al momento de definir las estrategias. Se hará énfasis en aspectos relacionados con la globalización, la aplicación efectiva de la tecnología, la responsabilidad social, y los cambios paradigmáticos que la empresa moderna está endrentando.

2. Objetivos del curso

1. Explorar los diferentes aspectos de la dirección estratégica tradicional, y su enfoque a las PyMEs.
2. Aportar con un marco teórico que los estudiantes puedan usar de manera pragmática para formular e implementar estrategias empresariales exitosas.
3. Familiarizar a los estudiantes con los entornos empresariales y el uso efectivo de sus recursos de manera estratégica.

3. Estructura

El curso se dictará en 22 sesiones, para un total 44 horas. Los contenidos se impartirán en base a:

1. Clases teóricas.
2. Presentaciones de temas y artículos por los estudiantes.
3. Estudio de casos.
4. Foros de discusión

4. Evaluación

- Asistencia y participación en clase: 10 %
- Trabajos y presentaciones en grupo: 30 %.
- Reportes individuales: 20
- Exámenes y pruebas: 40 %.

5. Contenidos del curso

- 1. Conceptos generales:** Estrategias, ¿Qué son? Estrategias y éxito. Aspectos generales y visión a vuelo de pájaro: Las diferentes escuelas de estrategia.
- 2. Ambiente externo:** Posiciones d emercado, fuerzas competitivas, fuerzas impulsoras.
- 3. Evaluación de recursos de la empresa:** Análisis FODA, cadena de valor, benchmarking.
- 4. Estrategias competitivas:** Estrategias competitivas genéricas, estrategias espec'ificas.
- 5. Adaptación de las estrategias:** ¿Cuál es mi empresa? Estrategias por casos. Estructura organizacional y estrategias.
- 6. Ética y responsabilidad social:** ¿por qué ser ético?
- 7. Ejecución de estrategias:** Recursos humanos, organización, cultura corporativa, liderazgo.

6. Profesor

Ingeniero. Maestría en Ingeniería, administración de empresas, computación.
PhD en economía aplicada.

Contacto: jbernardoc.flacso@gmail.com

Horas de oficina: cita previa

7. Ética Académica

El plagio o copia significa el tomar algo que no nos pertenece, por tanto no puede ser aceptado bajo ningún concepto. Al tomar prestados conceptos o frases de otros autores, es necesario indicar claramente la fuente de origen de la información. Contravención de esta norma puede tener desafortunadas consecuencias.

Bibliografía

- [1] C.W.L. Hill and G.R. Jones. *Strategic management theory*. Houghton Mifflin, 2001.
- [2] M. Hitt, D. Ireland, and R. Hoskisson. *Administración estratégica*, 2003.
- [3] E. Masiferin. *Dirección estratégica*. IESE, 1997.
- [4] H. Mintzberg. The fall and rise of strategic planning. *Harvard Business Review*, 72:107–107, 1994.
- [5] H. Mintzberg, B. Ahlstrand, and J. Lampel. *Safari a la estrategia: Una visita guiada por la jungla del Management Estratégico*. Ediciones Granica, SA, 1999.
- [6] H. Serna Gómez. *Planeación y gestión estratégica*. Fondo Editorial LEGIS SA, Bogotá, 1994.
- [7] A. Thompson and AJ Strickland. *Dirección y Administración Estratégicas: conceptos, casos y lecturas*. 1998.