



RIDAA
Repositorio Institucional
Digital de Acceso Abierto de la
Universidad Nacional de Quilmes



Universidad
Nacional
de Quilmes

Fernández Ziegler, Rodolfo Oscar

Administración estratégica



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Argentina.
Atribución - No Comercial - Compartir Igual 2.5
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/2.5/ar/>

Documento descargado de RIDAA-UNQ Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto de la Universidad Nacional de Quilmes de la Universidad Nacional de Quilmes

Cita recomendada:

Fernández Ziegler, R. O. (2022). *Administración estratégica. (Programa)*. Bernal, Argentina: Universidad Nacional de Quilmes. Disponible en RIDAA-UNQ Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto de la Universidad Nacional de Quilmes <http://ridaa.unq.edu.ar/handle/20.500.11807/4063>

Puede encontrar éste y otros documentos en: <https://ridaa.unq.edu.ar>

UNIVERSIDAD NACIONAL DE QUILMES

Departamento de Economía y Administración Programa Regular – Cursos Presenciales

Carrera:	Diplomatura en economía y Administración.
Año:	2022
Curso:	Administración Estratégica
Profesor:	Fernández Ziegler, Rodolfo Oscar
Carga horaria semanal:	4 horas áulicas
Horas de consulta extra clase:	1 hora extra áulica
Créditos:	10 (diez)
Núcleo al que pertenece:	Curso Orientado a la Lic. en Administración Hotelera Núcleo de Formación Complementaria para la Tecnatura Universitaria en gestión de PyMEs Electivo para el resto de las carreras del Departamento
Tipo de Asignatura:	Teórico-práctica

Presentación y Objetivos:

Sobre la base del Pensamiento Sistémico y Complejo, comunicar el concepto de la Acción Gerencial Integral establecido con filosofías de Management avanzadas, tal que proporcionen al Alumno un amplio concepto de Negocio, detección de Escenarios y reglas de decisión que acorten el proceso de selección de oportunidades atractivas. El desarrollo de los conceptos se realiza sobre la base de la interrelación e iteración de herramientas gestionales, apoyado con una fuerte descripción y ejemplificación práctica del ambiente real de negocios. Durante la primera parte de la materia se presenta un estado de situación de la profesión y los aportes realizados por las distintas disciplinas para arribar a un concepto envolvente superior. Posteriormente se profundizan y desarrollan los elementos

integradores de la conformación de la demanda (Clientes) y de la oferta (Organizaciones), tendientes a ser incorporados en un escenario estratégico.

El estudio culmina con la presentación de las capacidades requeridas por los recursos humanos para accionar los procesos sobre la base de la cadena de valor específica para cada negocio. Factores aportados por la Neurociencias. Esta asignatura habilita para una mejor comprensión de los temas vinculados con la Dirección Estratégica de las organizaciones, el cómo y el porqué de las interrelaciones de las variables, el establecimiento de objetivos de largo, mediano y corto plazo, más la selección de indicadores e inductores de gestión intragerencia e intergerencia.

Objetivos Generales:

- 1.- Conocer los fundamentos teóricos y conceptuales del proceso integral de Planificación Estratégica.
- 2.- Adquirir las habilidades técnicas para la modelización de directrices estratégicas, cimentadas por un sistema de medición de la gestión empresarial de largo plazo.

Objetivos Particulares

- Relevar y diseñar una metodología para efectuar un diagnóstico estratégico
- Conocer y modelizar la técnica de diseño de formulación y definición de directrices estratégicas
- Aplicar el juicio crítico para aprehender nuevas herramientas de gestión
- Incorporar la metodología correspondiente a la implementación y monitoreo de la acción estratégica

Contenidos mínimos:

Pensamiento sistémico. Modelo del proceso de Planeamiento Estratégico Integrado. Definición Estratégica de Mercados y construcción de Ventajas competitivas sustentables y sostenibles. Herramientas de diagnóstico Estratégico. Arquitectura de Macro Cadenas de Valor. Definición de Mercado F.O.D.A.. Marketing simbólico y de Servicio. Organización Neuronal. Formulación e Implementación de Estrategias Exitosas.

Contenidos Temáticos o Unidades:

Unidad 1 - Modelo de Planeamiento

1.1. Modelo del macro proceso

1.1.1. Componentes del modelo

1.1.2. Niveles de Estrategias

1.1.3. Responsabilidades directivas

1.2. Exploración de la Oferta

1.2.1. Macro cadena de valor

1.2.2. Tipología de estructuras

1.2.3. Organigrama sistémico

1.3. Exploración de la demanda

1.3.1. Tipología de mercados

1.3.2. Tipología de marketing

1.3.3. Corazón del negocio

1.3.4. Modelos de atención

Unidad 2 - Diagnóstico Estratégico

2.1. Factores ambientales externos

2.1.1. Factores disgregadores y tendencias

2.1.2. Función de la demanda

2.1.3. Fuerzas competitivas

2.2. Factores ambientales internos

2.2.1. Trilogía de las Ventajas competitivas

2.2.2. Core Business

2.2.3. Core Competences

2.3. Conformación del escenario

2.3.1. Factores claves de éxito

2.3.2. Análisis FODA

2.3.3 Teatro de operaciones

Unidad 3 - Formulación Estratégica

3.1. Estrategia de negocio

3.1.1. Evaluación del crecimiento

3.1.2. Evaluación del portafolio

3.1.3. Mosaico estratégico competitivo

3.2. Estrategia corporativa

3.2.1. Participación societaria

3.2.2. Dimensionamiento estructural

3.2.3. Benchmarking

3.2.4. Alianzas Estratégicas

3.3. Estrategia Global

3.3.1. Etapas del Comercio Internacional

3.3.2. Combinaciones societarias

3.3.3. Selección de metodologías

3.4. Directrices estratégicas

3.4.1. Selección etapas de desarrollo

3.4.2. Selección camino crítico

3.4.3. Arquitectura macro cadena de valor

Unidad 4 - Gestión Estratégica

4.1. Cuadro de mando integral

4.1.1. Perspectivas

4.1.2. Esquema básico del despliegue

4.1.3. Inductores e indicadores

4.1.4. Integración y balanceo

4.2. Dirección del cambio estratégico

4.2.1. Gestión de Recursos Humanos

4.2.3. Responsabilidad Social Empresaria

4.2.4. Comercio Justo

Bibliografía Obligatoria:

- Juan José Gilli y Amanda Tartabini (2008), Dirección Estratégica, U.N.Q
- Rodolfo Fernández Ziegler (2017), Dirección Estratégica Aplicada, UNQ

Bibliografía de consulta:

- Senge Peter M. (1990), La Quinta Disciplina, Gránica, Barcelona.
- Sallenave, J (1990), Gerencia y Planeación Estratégica, Norma S.A., Colombia.
- Ackoff, Rusell (1983), Planificación de la Empresa del Futuro, Limusa, Mexico.
- Amat, Joan (1998), Control de Gestión, Gestión 2000, España.
- Trout, Jack (1996), El nuevo Posicionamiento, McGraw-Hill, España.
- Willensky, Alberto (1994), Marketing Estratégico, Norma S.A., Colombia.
- Gronroos, C (1994), Marketing y gestión de servicios, Diaz de Santos, Madrid.
- Deming, E (1992), Calidad, productividad y competitividad, Dos Santos, Madrid.
- Kaplan y Norton (1997), The Balanced Scorecard, Ediciones gestión 2000, Barcelona.

Modalidad de dictado:

El curso se divide en dos áreas de interés, una teórica y otra práctica, las cuales se desarrollarán en forma paralela; En la primera se centrará el estudio en los aspectos teóricos de la materia, donde se tratará un abanico amplio de temas que brindará al alumno los conocimientos necesarios para realizar un análisis, diagnóstico y formulación de estrategias. Asimismo, se presentarán una gran cantidad de conceptos necesarios para la posterior realización de las prácticas.

Se desarrollarán los aspectos prácticos de la materia, con el cual se aplicarán todos los conocimientos adquiridos con el fin de enfrentar los conceptos teóricos de la materia con el realismo de la práctica y todos sus inconvenientes.

Actividades extra-áulicas obligatorias:

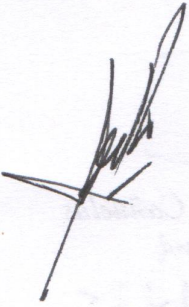
Para adentrar a los alumnos a su vida futura como profesional, el cumplimiento del trabajo práctico integral con calificación involucra un trabajo de campo específico en cuanto a la búsqueda de información y desarrollo de hipótesis básicas existentes en el mundo real de los negocios. Su objetivo es el ensayo sobre el complejo proceso de toma de decisiones bajo incertidumbre.

Evaluación:

El sistema de evaluación debe ajustarse al Régimen de Estudio vigente aprobado por la Universidad Nacional de Quilmes.

La misma se sustenta en tres aspectos: a) Se tomará en cuenta la asistencia superior al 75 % en las clases presenciales y participación en clase; b) Dos exámenes parciales y c) Resolución y exposición de un caso práctico grupal, integrador de la materia. Para la aprobación de la materia se requerirá un mínimo de 4 (cuatro) puntos de nota final, la cual se encuentra compuesta en un 40% de parte teórica y 60% de práctica. Los alumnos que obtuvieron un mínimo de 4 puntos en cada una de las instancias parciales de evaluación y no hubieran aprobado el examen integrador o hubieran estado ausentes en el mismo, deberán rendir un nuevo examen integrador que se administrará en un lapso que no

superará el cierre de actas del siguiente cuatrimestre.



Zeeler Rodolfo