

PROGRAMA DE UNIDAD CURRICULAR

I.- DATOS GENERALES

Nombre de la Carrera o Programa: Especialización en Economía Empresarial

Nombre de la Asignatura: Política de Empresas

Régimen: semestral

Número de Unidades Crédito: 3 UC

Tipo de asignatura:	Obligatoria	☒	Electiva	☐	Nº horas semanales: 3	Teóricas: 3 horas	Prácticas/Seminarios	☐
---------------------	-------------	-------------------------------------	----------	--------------------------	-----------------------	-------------------	----------------------	--------------------------

II.- JUSTIFICACION

Las empresas en particular y organizaciones de cualquier tipo, en general, cada vez deben esforzarse más para sobrevivir y ser exitosas; por lo tanto, esta asignatura es pertinente y fundamental para los estudiantes de la gerencia contemporánea. El objetivo de este curso es desarrollar la capacidad de los participantes para lograr la comprensión integral de una empresa, institución u organización en particular -incluyendo el entorno relevante para ella - que sirva para desarrollar un pensamiento y actitud estratégica e innovadora, que -competitivamente- garanticen la viabilidad y el logro del éxito a mediano y largo plazo.

III.- CONTRIBUCION DE LA ASIGNATURA AL DESARROLLO DE LAS COMPETENCIAS

Competencias profesionales

Competencia Profesional: **Asesora**

Asesora en procesos de consultoría y capacitación, proporcionando consejo experto y asistencia en los problemas particulares que se presentan en la implantación y ejecución de los Programas.

Unidades de competencia

Criterios de desempeño que se van a desarrollar en la asignatura:

CG1-UC1: Identifica problemas en su campo de experticia y contribuye a su delimitación.

1. Acompaña en la identificación de las necesidades de otros.
2. Delimita y evalúa el alcance de la asesoría.

CG1-UC2: Diseña y formula propuestas de solución a través de la identificación del alcance, los recursos y acciones a seguir. Propone alternativas más convenientes.	1. Define acciones y recursos para solucionar problemas de consultoría. 2. Elabora propuestas definiendo alcance, cronograma y presupuesto y selecciona la solución más conveniente. 3. Asiste en la aplicación de la propuesta.
Competencia Profesional: Gestiona Planifica, organiza, dirige y controla programas, proyectos u organizaciones para garantizar el logro de los objetivos y metas, bajo criterios de eficacia, eficiencia y pertinencia.	
CG2-UC1: Planifica y fija objetivos y metas a alcanzar por programas, proyectos, organizaciones o grupos de trabajo, en el corto, mediano y largo plazo, así como las estrategias para lograrlas. Se apoya en técnicas de análisis de tendencias económicas, políticas, laborales, demográficas y sociales.	1. Estima posibles escenarios mediante el uso de técnicas de tendencias económicas apropiadas 2. Formula objetivos y metas a alcanzar en el corto, mediano y largo plazo. 3. Identifica las estrategias a aplicar para lograr los objetivos y metas.
CG2-UC2: Organiza y estructura los recursos disponibles para la ejecución de los procesos, programas, proyectos, actividades y tareas.	1. Procura los recursos necesarios para los procesos, programas, proyectos, actividades y tareas que contribuyan a la organización del trabajo y faciliten un desempeño armónico. 2. Diseña la estructura más adecuada para la ejecución de los procesos, programas, proyectos, actividades y tareas.

IV.- UNIDADES TEMÁTICAS <i>(las unidades temáticas compilan los temas de la asignatura)</i>	
I. Modelo de Negocios	1. Explicación conceptual de Modelo de Negocio = Propuesta de Valor + Cadena de Valor. 2. Propuesta de Valor para los Clientes. 3. Análisis creativo e innovador de Necesidades de Clientes. 4. Construcción de la curva del Océano Azul. 5. Diferenciadores. Explicación de la Cadena de Valor y su análisis. 6. Relación Cadena/Red de Valor y Propuesta de Valor: 7. El Modelo de Negocios. Propuesta de Valor, Diferenciadores, Valor Agregado, Ventaja Competitiva y Misión de la Organización.
II. Análisis del Entorno y Generación de Escenarios	1. Análisis del entorno y construcción de escenarios. Metodología de Escenarios. Modelo de Porter. Ejemplos de Escenarios. 2. Construcción de los Escenarios y su Análisis Estratégico

III. Objetivos Estratégicos y Mapa Estratégico	1. La Traducción de la Misión en Objetivos Estratégicos. 2. El enfoque Clásico de Objetivos Estratégicos. 3. El Enfoque del Balanced Scorecard o Cuadro de Mando Integral. 4. Metodología de construcción del Mapa Estratégico y explicación de estrategia genéricas y típicas. Ejemplo de Construcción del Mapa.
IV. Plan de Acción Estratégico	1. Plan de Acción (incluyendo acciones políticas) y organización requerida. 2. Planilla Scorecard y del modelo basado en las 7'S de Mckinsey. 3. Iniciativas e Indicadores y metas. Ejemplo de Organización. Plan de Acción Técnico y el Plan de Acción Político. 4. Visión de Conjunto. Revisión y ajustes al Modelo de Negocios. Comentarios finales y cierre

V.- ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA Y DE APRENDIZAJE

El profesor realiza al inicio de cada semestre la descripción de las competencias a desarrollar y el esquema de los contenidos a trabajar, e indica el material bibliográfico correspondiente a cada tema para que el alumno lo prepare previamente. Igualmente, reitera lo anterior en cada clase, puntualizando en el contenido correspondiente a cada sesión.

Hace uso de estructuras textuales, es decir, la organización discursiva para agrupar las ideas que cada profesor desarrolla para ofrecer su clase, lo que garantiza que en cada sesión se realice la presentación de contenidos de forma clara y sistemática. Y, de esta manera, combina clases magistrales en los casos requeridos, con presentaciones de los alumnos e intervenciones solicitadas o espontáneas de los mismos en cada clase, ya que la incorporación de preguntas intercaladas o insertadas, mantienen la atención, favorecen la retención y la vinculación con la práctica en el ejercicio profesional. Se generan discusiones guiadas sobre las preguntas y aspectos más importantes de la materia y sobre los textos estudiados. Asimismo, se asignan trabajos prácticos para su realización dentro o fuera del aula, investigaciones para promover el desarrollo de nuevo conocimiento.

Es importante destacar que todas las estrategias mencionadas así como las de evaluación, pueden también desarrollarse apoyadas en el uso de las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC): Interacción a través de la plataforma institucional Módulo 7, grupo de whatsapp, Zoom. Investigaciones en las bases de datos de la Universidad, elaboración de Blogs para compartir asignaciones.

VI.- ESTRATEGIA DE EVALUACIÓN

Las estrategias de evaluación que se pueden utilizar durante el desarrollo de la asignatura son: exámenes y pruebas cortas (De ensayo (desarrollo) u Objetivas) de acuerdo con el tema o contenido a evaluar, búsqueda y análisis de soporte bibliográfico para temas señalados, resúmenes, ensayos, trabajos prácticos o de investigación (individuales o en equipo, fuera o dentro del aula) basados en el análisis de los temas vistos a lo largo de la materia. El profesor puede solicitar presentaciones de un tema particular evaluados de acuerdo con la estructura de una clase, revisión y discusión de material bibliográfico, intervenciones en clase; entre otras.

En este sentido, cualquiera de estas actividades de evaluación puede realizarse durante el curso, como actividades formativas o sumativas. Para ello, se precisa que la Evaluación Formativa, es aquella que se realiza durante todo el proceso de enseñanza y aprendizaje, la cual permite evidenciar el progreso del alumno y señalar los errores que deben ser subsanados. Por su parte, la Evaluación Sumativa, permite verificar el alcance de las competencias por parte del alumno, al aportar una calificación, de acuerdo con los criterios de desempeño establecidos. Examen de desarrollo escrito basado en casos y aplicaciones que ameritan la comprensión y asimilación de los temas para poder aplicarlos en la práctica.

VII.- REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Referencias Básicas

- HARVARD BUSINESS REVIEW, GRANT, A., GINO, F., REICHHELD, F., HILL, L. (2022). *HBR's 10 Must Reads 2023: The Definitive Management Ideas of the Year*. Boston: Harvard Business Review Press.
- HARVARD BUSINESS REVIEW, PORTER, M., CHRISTENSEN, C., CHAN KIM, W., MAUBORGNE, R. (2022). *HBR at 100: The Most Influential and Innovative Articles from Harvard Business Review's First Century*. Boston: Harvard Business Review Press.
- MARTIN, R. (2022). *A New Way to Think. Your Guide to Superior Management Effectiveness*. Boston: Harvard Business Review Press.
- OVALLES, L., ROMERO, B., CAMACHO, C. & GONZALEZ, E. (2021). *Gestión Estratégica: Filosofía empresarial para la generación de valor*. Volumen 1. México: Universidad Autónoma de Sinaloa. Documento en línea:
https://ciscgo.fca.uas.edu.mx/images/2022/PDFs/Volumen_1_Gestion_estrategica_1.pdf
- PEREZ URIBE, R. I. (2019). *Gerencia Estratégica Corporativa*. Bogotá: Ediciones ECOE.

Referencias Complementarias

- CHAN KIM, W., MAUBORGNE, R. (2015). *Blue Ocean Strategy, Expanded Edition: How to Create Uncontested Market Space and Make the Competition Irrelevant*. Boston: Harvard Business Review Press.