



PROGRAMA DE ASIGNATURA

ANTECEDENTES GENERALES

Carrera	Diseño gráfico Mención Diseño Estratégico			
Nombre de la asignatura	Estrategia Empresarial			
Código de la asignatura	DGAD56			
Año/Semestre	Primer semestre			
Coordinador Académico	Rodrigo Pérez			
Equipo docente	Rodrigo Pérez			
Área de formación	Formación Profesional			
Créditos SCT	03 créditos			
Horas de dedicación	Actividad presencial	3P	Trabajo autónomo	2C
Fecha de inicio	marzo 2024			
Fecha de término	Julio 2024			

DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

Esta asignatura es de naturaleza profesional, obligatoria, teórica-práctica que integra el dominio de la **Administración y la Gestión**, y tiene como propósito aportar al desarrollo de las competencias **“Gestión y estrategias Empresariales”**. Además aporta a las competencias genéricas **“Integra equipos de trabajo generando sinergia entre los miembros, para alcanzar objetivos personales y grupales”** (trabajo en equipo).

Asignatura que introduce los elementos bases del proceso de la creación de una estrategia empresarial y presenta las variables para una variación competitiva de una empresa o sector específico.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

3.1.1.1 Identifica conceptos asociados al lenguaje empresarial diagnosticando los distintos tipos de empresas y sus particularidades en contextos de negocios.

3.1.2.1 Clasifica las distintas herramientas de las ventajas competitivas en el ámbito de las estrategias empresariales.

3.1.3.1 Evalúa los valores competitivos de la empresa.

UNIDADES DE APRENDIZAJE

I UNIDAD: INTRODUCCIÓN Y ASPECTOS CONCEPTUALES

1. Conceptos y definiciones
2. ¿qué es economía? ¿qué es una actividad económica?
3. Evolución empresarial (revoluciones industriales)
4. El ciclo de vida de una empresa.
5. Clasificación de las Empresas.

II UNIDAD: ESTRATEGIAS ORGANIZACIONALES

1. ¿Que es una estrategia? Tipos de estrategia
2. Conceptualización de la misión, la Visión estratégica y los valores de la empresa.
3. Responsabilidad Social, Nuevas Empresa y la ética empresarial
4. Los grupos de interés en la empresa. (STAKEHOLDERS)

III UNIDAD: EL ANÁLISIS EXTERNO / INTERNO DE LA EMPRESA

1. Dimensiones del entorno competitivo de una empresa.
2. Macro entorno Mega tendencias
3. Macro entorno Análisis PESTLE
 1. La cadena de suministro de una empresa
 2. La cadena de valor en las empresas.
 3. UEN Unidades Estratégicas de Negocios

V UNIDAD: VENTAJAS COMPETITIVAS

1. Las estrategias genéricas de Porter.
2. El benchmarking y las mejores prácticas de Interés
3. FODA

METODOLOGÍA Y EVALUACIÓN

Enfoque didáctico. Se declara que las estrategias didácticas son centradas en el estudiante y con orientación al desarrollo de competencias.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE	*ESTRATEGIA DIDÁCTICA / TÉCNICA DIDÁCTICA	PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN
Identifica conceptos asociados al lenguaje empresarial para diferenciar los distintos tipos de empresas y sus particularidades en contextos de negocios.	<ul style="list-style-type: none">- Presentaciones de conceptos- Casos empresariales- Ejercicios a través de formación de equipos de trabajos en clases- Diagramas- Presentaciones- Debates.	<ul style="list-style-type: none">- Entrega de informe de procedimiento (metodología aplicada)- presentaciones de investigación y análisis de conceptos.
Clasifica las distintas herramientas de las ventajas competitivas en el ámbito de las estrategias	<ul style="list-style-type: none">- Presentaciones de conceptos- Casos empresariales- Ejercicios a través de formación de equipos de	<ul style="list-style-type: none">- Entrega de informe de procedimiento (metodología aplicada)- presentaciones de

empresariales.	trabajos en clases - Diagramas - Presentaciones - Debates.	investigación y análisis de conceptos.
Evalúa los valores competitivos de la empresa.	- Proyecto Proyecto de informe - Ejercicios a través de formación de equipos de trabajos en clases	- Entrega de informe de procedimiento (metodología aplicada) - presentaciones de investigación y análisis de conceptos.

* Se proponen de manera general. Se detalla en Guía de Aprendizaje.

Se asume como condición que debe existir consistencia entre la estrategia didáctica y los procedimientos de evaluación.

1. Elegir una Organización, investigar: misión, visión, marca, clasificación, portafolio, marketing, ciclo de vida. **Sumativa n.1 (15% total)**
2. Prueba escrita **Sumativa n.2 (20% total)**
3. Video UEN/ Ventajas Genéricas **Sumativa n.3 (20% total)**
4. Avance Proyecto de informe (5forces, megatrends, PEST) **Sumativa n.4 (15% total)**
5. Proyecto de informe entrega (Informe + Cadena de Valor) **Sumativa n.5 (30% total)**

BIBLIOGRAFÍA.

Estrategia competitiva

Michel porter 1998
Editorial Continental, Mexico
Clasificación biblioteca U.A. 658 p834C.E C.2

La dirección estratégica de la empresa

Guerras, Luis y Navas , José.
Editorial Aranzadi, España 2008
Clasificación biblioteca U.A. 791.437 VIL 1994

Estrategia pura e simple como Las empresas ganadoras se imponen a sus competidores

Michael Robert, Carlos díaz.
Editorial McGraw-Hill , México. 2000
Clasificación biblioteca 658 ROB 2000

ESTRATEGÍA OCEANO AZUL "Como crear nuevos Mercados donde la competencia se vuelve Irrelevante"

W. Chang Robert, Renée mauborgne
grupo editorial Norma, bogota Colombia, 2005

Generación de Modelos de NEGOCIOS

Alexander osterwalder, Yves Pigneur
ISBN: 978-84-234-2799-4

CRONOGRAMA

ACTIVIDADES TEÓRICAS / TEÓRICO-PRÁCTICAS / LABORATORIOS

DIA: martes	15:00hrs a 17:00hrs	SALA TALLER II
-------------	---------------------	----------------