

UNIVERSIDAD DE SAN MARTIN DE PORRES

Diplomatura de Gestión Administrativa SYLLABUS

ASIGNATURA: INTRODUCCIÓN A LA ADMINISTRACIÓN MODERNA

I. DATOS INFORMATIVOS

1.1. Semestre Académico	: 2015 - I
1.2. Duración	: 4 semanas
1.3 Total horas	: 32 horas académicas
1.4. Docente	: MBA. Percy Germán Coll Santillán

II. SUMILLA

La asignatura pertenece al área curricular de formación profesional básica es teórico - práctica y tiene por propósito reconocer y aplicar principios y técnicas para la elaboración de estrategias empresarial en entornos de hiper turbulencia.

Desarrolla las siguientes unidades de aprendizaje: 1. Análisis de los criterios, procedimientos y técnicas del proceso de planeamiento estratégico. 2. Análisis estratégico del entorno competitivo, de aspectos internos de la organización y formulación de la estrategia. 3. Generación de estrategias disruptivas en entornos de hiper turbulencia. 4. Implantación de estrategias disruptivas, medición, evaluación y control de Estrategias.

La asignatura exige del estudiante la elaboración de un plan estratégico empresarial, considerando los escenarios y su probabilidad de éxito.

III. COMPETENCIA

- Identifica los conceptos y utiliza criterios para el análisis estratégico y la formulación de estrategias en entornos de hiper turbulencia.
- Conoce los criterios necesarios para el análisis del entorno e interno de la empresa.
- Conoce y utiliza estrategias disruptivas para la generación de valor en la empresa a través de planes estratégicos y su monitoreo.

3.1 Capacidades

- Utiliza los criterios para el análisis estratégico y del proceso estratégico.
- Formula el análisis estratégico considerando tendencias y escenarios globales.
- Formula estrategias disruptivas en entornos altamente competitivos.
- Utiliza cuadros estratégicos como herramienta para la formulación de estrategias disruptivas.

3.2 Actitudes

- Búsqueda de la excelencia
- Liderazgo
- Actitud innovadora y emprendedora
- Trabajo en equipo
- Compromiso con su labor diaria.

IV. PROGRAMACIÓN DE CONTENIDOS

UNIDAD I					
CONCEPTOS GENERALES DEL PROCESO DE PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO					
CAPACIDAD: Utiliza los criterios para el análisis estratégico y del proceso estratégico.					
SEMANA	CONTENIDOS CONCEPTUALES	CONTENIDOS PROCEDIMENTALES	ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE	HORAS CONTACTO	HORAS T. INDEP.
1	<ul style="list-style-type: none"> Introducción al análisis estratégico. El pensamiento estratégico y su influencia en la formulación de la estrategia. 	Información sobre la asignatura y entrevista sobre conocimientos previos al tema central. Analiza las distintas escuelas del pensamiento estratégico y su evolución.	Prueba de Entrada	3	3
			Exposición dialogada		
2	<ul style="list-style-type: none"> El proceso estratégico. Componente y Pasos. 	Analiza e interioriza los pasos del proceso estratégico.	Exposición dialogada	3	3
			Caso		
UNIDAD II					
ANÁLISIS ESTRATÉGICO					
CAPACIDAD: Formula el análisis estratégico considerando tendencias y escenarios locales y globales.					
SEMANA	CONTENIDOS CONCEPTUALES	CONTENIDOS PROCEDIMENTALES	ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE	HORAS CONTACTO	HORAS T. INDEP.
3	<ul style="list-style-type: none"> Análisis del entorno competitivo. Análisis interno de la empresa 	Analiza factores del entorno que influyen en la empresa y su sector. Identifica la competencia central de la empresa, así como la valoración del factor humano en la misma.	Exposición dialogada	3	3
			Desarrollo de caso		
4	<ul style="list-style-type: none"> Formulación de la estrategia en entornos de hiper turbulencia. 	Formula y desarrolla plan de gestión estratégica.	Exposición dialogada	3	3
			Desarrollo de Caso		

UNIDAD III ESTRATEGÍAS DISRUPTIVAS					
CAPACIDAD: Formula estrategias disruptivas en entornos altamente competitivos.					
SEMANA	CONTENIDOS CONCEPTUALES	CONTENIDOS PROCEDIMENTALES	ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE	HORAS CONTACTO	HORAS T. INDEP.
5	<ul style="list-style-type: none"> Identificación de las reglas de juego del sector. Diseño de la Estrategia Disruptiva. 	Identificación de tendencias en entornos competitivos y los problemas de consumo. Formula hipótesis de solución a problemas de la empresa. Formula estrategias que generan valor en la organización.	Exposición dialogada	3	3
			Desarrollo de caso		
6	<ul style="list-style-type: none"> Orquestación estratégica. 	Identifica a los actores con los que la organización puede generar valor, Diseña su red de valor. Desarrolla la propuesta de valor.	Exposición dialogada	3	3
			Desarrollo de caso		
7	<ul style="list-style-type: none"> Creación de valor a través del desequilibrio. 	Identifica los factores claves para la generación de valor. Diseña modelos de negocios para la generación de valor.	Exposición dialogada	3	3
			Desarrollo de caso		

UNIDAD IV EVALUACIÓN Y CONTROL DE ESTRATEGIAS					
CAPACIDAD: Implantación de estrategias disruptivas, medición, evaluación y control de Estrategias.					
SEMANA	CONTENIDOS CONCEPTUALES	CONTENIDOS PROCEDIMENTALES	ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE	HORAS CONTACTO	HORAS T. INDEP.
8	<ul style="list-style-type: none"> Innovación en Valor 	Aplica criterios de la estrategia de Océano Azul para formular y aplicar estrategias que creen innovación en valor. Utiliza cuadros estratégicos para la formulación de la estrategia.	Exposición dialogada	3	3
			Taller		
	<ul style="list-style-type: none"> Elaboración de plan estratégico con el uso de estrategias disruptivas. 	Presenta y sustenta un plan estratégico.	Presentación y sustentación	3	3

V. PROCEDIMIENTOS DIDÁCTICOS

En las sesiones de aprendizaje se considera la participación activa de los estudiantes para desarrollar los contenidos y actividades educativas previstas, dentro y fuera del aula, contando con la dirección estratégica del docente.

El profesor se constituye en un facilitador de los saberes académicos, las experiencias y las expectativas de aprendizaje de los alumnos; por ello organiza, orienta y facilita, con iniciativa y creatividad, el proceso de construcción de conocimientos de sus alumnos. Proporciona información actualizada y resuelve dudas de los estudiantes incentivando su participación activa. El estudiante asume responsabilidad de participación activa en la construcción de sus conocimientos durante las sesiones, en los trabajos por encargo asignados y en la exigencia del cumplimiento del sílabo.

Se desarrollarán trabajos individuales y grupales, que motiven la investigación bibliográfica y la aplicación del análisis crítico por parte de los participantes.

Los alumnos elaborarán resúmenes y presentaciones de casos y/o textos relacionados al curso, que motive la investigación bibliográfica

Se desarrollará de manera grupal un trabajo de aplicación el cual constituirá la evaluación final, promoviéndose para ello el trabajo en equipo y la responsabilidad individual.

VI. MEDIOS Y MATERIALES EDUCATIVOS

Equipos: Multimedia

Materiales: Libros de Texto, publicaciones en revistas especializadas, PPT de las clases y casos de aplicación.

Medios electrónicos: Correo electrónico, direcciones electrónicas relacionadas con la asignatura.

VII. EVALUACIÓN

- **Evaluación diagnóstica.** Se realiza al inicio de la asignatura y de las sesiones de aprendizaje, para conocer los saberes que los estudiantes poseen al emprender el estudio de los contenidos educativos programados y sirve al profesor para adoptar las decisiones académicas pertinentes. Su aplicación es de responsabilidad profesional del docente de asignatura
- **Evaluación de proceso (EP).** Evalúa el componente procedimental y el actitudinal de las capacidades previstas en las unidades de aprendizaje. Se realiza progresivamente durante el desarrollo de la asignatura a través de tareas académicas como: trabajos de investigación, exposiciones, controles de lectura (recensiones), casos y simulaciones, participación e intervenciones

en las sesiones de aprendizaje, entre otras. Evalúa preferentemente el saber hacer y las actitudes

- **Evaluación de Resultados (ER).** Se realiza mediante la defensa del trabajo de investigación exigida por la asignatura y desarrollada en las horas de trabajo independiente, y un examen final de conocimientos y habilidades. Examina preferentemente el saber conceptual y el saber hacer.

Para efectos promocionales el sistema de evaluación contempla la siguiente ponderación:

- **Evaluación de proceso (EP):** Resulta del promedio aritmético de las evaluaciones mensuales que corresponden al seguimiento del proceso de aprendizajes significativos del estudiante. Cada evaluación mensual tiene peso 1: $EP = (EP1+EP2+EP3+EP4)/4$
- **Evaluación de resultados (ER):** Comprende el promedio de las evaluaciones de la elaboración, presentación y sustentación de un plan estratégico. Cada evaluación mensual tiene peso 1 $ER = (E+P+S)/3$
- **Promedio Final (PF),** que resulta de la aplicación de la siguiente fórmula de calificación: $PF = \frac{EP + 3ER}{4}$

VIII. FUENTES DE INFORMACIÓN

Bibliográficas:

- Mintzberg, H., Brian Queen, D y Voyer J. (1997). *El Proceso Estratégico. Concepto, Contextos y Casos* (Primera Edición). México: Pearson Educación S.A.
- Mintzberg, H., Ahlstrand, B. y Lampel J. (2003). *Safari a la estrategia, Una visita guiada por la jungla del management estratégico.* (Primera edición). Argentina: Ediciones Granica, S.A.

Hemerográficas:

- Porter, M. (Noviembre 2007). *La Ventaja Competitiva de las Naciones.* Harvard Business Review América Latina: Clásicos HBRAL, pp. 48-68
- Hamel, G. y Prahalad C.K. (May-Jun 1990) *The Core Competence of the Corporation.* Harvard Business Review, pp. 78-90
- Eisenhardt, K y Sull, D. (Jan 2001) *Strategy as a simple rule.* Harvard Business Review, pp. 107-116.
- Hamel G. y Prahalad C.K. (Jul 2005) *Propósito estratégico,* Harvard Business Review América Latina: Clásicos HBRAL, pp. 10-24
- Ruelas-Gossi, A. (Feb 2004) *El paradigma de la T grande,* Harvard Business Review América Latina, pp. 63-71
- Hamel G. (Jul-Aug 1996) *Strategy as revolution.* Harvard Business Review, pp. 69-82.

- Ruelas-Gossi, A. y Sull, D. (Nov 2006) *Orquestación estratégica*, Harvard Business Review América Latina, pp. 43-52
- Chan Kim, W. y Mauborgne, R. (Oct 2004) *La estrategia del oceano azul*. Harvard Business Review América Latina: Clásicos HBRAL, pp. 1-9
- Chan Kim, W. y Mauborgne, R. (Jan-Feb 1997) *Value Innovation: The Strategic Logic of High Growth*. Harvard Business Review, pp. 102-112.

#####