



1. DATOS DE IDENTIFICACIÓN DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Denominación: Estrategia de Negocios				Tipo: curso-taller	Nivel: Licenciatura
Área de formación: Especializante selectiva				Modalidad: Presencial	Prerrequisitos: Ninguno
Horas:	Teoría 40	Práctica 40	Total 80	Créditos: 9	Clave del curso: <u>I3821</u>

2. DESCRIPCIÓN

2.2. Descripción de la Unidad de aprendizaje y Objetivo general

Proporcionar a los alumnos los conceptos, teorías y perspectivas con una misión estratégica, que le permitan desarrollar planes estratégicos al integrar los conocimientos de las asignaturas previas. Además desarrollar en el alumno una mente de estrategia.

2.3. Objetivos parciales

Conocer los diferentes conceptos que intervienen en la estrategia de negocios para su aplicación posterior.

Desarrollar en el estudiante una mentalidad de estrategia, para que formule con creatividad estrategias que hagan más competitivas a las organizaciones.

Desarrollar diversas matrices, que permitan obtener una ventaja competitiva en las organizaciones.

Implementar y evaluar los planes estratégicos en cualquier tipo de organización.

2.4. Contenido temático sintético

Unidad 1 Antecedentes de Estrategia de Negocios
Unidad 2. Proceso de Estrategia Genérica de Negocios
Unidad 3. Herramientas para la creación de estrategias y mecanismos de evaluación
Unidad 4. Implementación y evaluación de planes de Negocios

2.5. Estructura conceptual (asociación mediante formas del contenido de la unidad de aprendizaje)

Unidad 1. Antecedentes de Estrategia de Negocios
Tema 1.1 Concepto de Estrategia de Negocios
Tema 1.2. Evolución de Estrategia de Negocios
Tema 1.3. Diferencia entre conceptos de planeación estratégica y pensamiento estratégico
Tema 1.4. Desarrollo de la mente estratega



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA
Centro Universitario de Tonalá
División de Ciencias Económicas, Empresa y Gobierno
Departamento de Emprendimiento, Comercio y Empresa

Tema 1.5. Tácticas y plan de contingencia

Unidad 2. Proceso de estrategia genérica de Negocios

Tema 2.1 construir la visión

Tema 2.2. Revisar el nivel superior de objetivos

Tema 2.3. Elegir el plan de ataque y escenario

Tema 2.4. Revisión de realidad: ¿está el modelo en funcionamiento?

Tema 2.5. Construir el marco de referencia de la Estrategia

Unidad 3. Herramientas para la creación de estrategias y mecanismos de evaluación

Tema 3.1. Determinación de Objetivos de crecimiento de negocio

3.1.1. Demanda del cliente

3.1.2. Ingreso de ventas

3.1.3. Volumen del negocio

3.1.4. Tasa de relación con el cliente

3.1.5. Tamaño del mercado accesible

3.1.6. Valor promedio de ventas

3.1.7. Análisis de la industria

Tema 3.2. Determinación de Objetivos para fuerte posición competitiva

3.2.1. Market share

3.2.2. Posición en el mercado

3.2.3. Tasa de ganancia competitiva

3.2.4. Índice de crecimiento vs. Competencia

3.2.5. Conciencia de marca líder

3.2.6. Márgenes vs. Competencia

Tema 3.3. Características de finanzas sólidas

3.3.1. Utilidad bruta

3.3.2. Margen bruto

3.3.3. Utilidades operativas

3.3.4. Margen de operación

3.3.5. EBIT y EBITDA

3.3.6. ROA (retorno del activo total)

Unidad 4. Implementación y evaluación de planes estratégicos (15 hrs)

Tema 4.1. Implementación de la Estrategia

Tema 4.2. Rediseño de las organizaciones

Tema 4.3. Desarrollo de cronograma

Tema 4.4. Evaluación de resultados

Tema 4.5. Determinación de Estrategia de Negocios sobre beneficios

2.6. Modalidades del proceso enseñanza aprendizaje

Aprendizaje basado en casos de enseñanza

Aprendizaje basado en problemas (ABP)



2.7. Conocimientos, aptitudes, actitudes, valores, capacidades y habilidades que el alumno deberá adquirir con la unidad de aprendizaje

- Desarrollo del pensamiento crítico y analítico,
- Conocimiento sobre el ambiente económico, político y social
- Capacidad de comunicación oral y escrita,
- Habilidades para uso de TIC's
- Valores y ética profesional,
- Fomento de la creatividad,
- Promoción de metodología de investigación.

2.8. Relación con el perfil de egreso

El egresado de la Licenciatura en Administración de Negocios debe adquirir una formación sólida que le permita desempeñarse laboralmente en distintas áreas y distintas organizaciones, por lo que deberá estar calificado para aplicar eficientemente los conocimientos de las distintas áreas de formación tal como esta asignatura, misma que le ayudará a desarrollar una visión estratégica y de cultura de calidad para crear, desarrollar y gestionar organizaciones productivas e innovadoras.

2.9. Campo de aplicación profesional de los conocimientos promovidos en la unidad de aprendizaje

Gestor de Administración Estratégica, Negociador Estratégico, Consultor de empresa, generador de su propia empresa.

2.10. Modalidad de evaluación y factores de ponderación

Aspecto a evaluar	Ponderación
Trabajo final	40
Exámenes	20
Tareas	20
Participación	15
Asistencia	5



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA
Centro Universitario de Tonalá
División de Ciencias Económicas, Empresa y Gobierno
Departamento de Emprendimiento, Comercio y Empresa

3. BIBLIOGRAFÍA

3.1. Bibliografía básica

Ireland y Hoskisson (2008). Gestión estratégica, competitividad y globalización: conceptos y casos hitt. Cengage learning, edición séptima

Hijar Fernández, Guillermo (2011). Planeación Estratégica: la visión prospectiva. Limusa

Revista: Piñeiro, A.; Quintero, N. (2007). Pensamiento estratégico y eficiencia de la gerencia pública en las corporaciones locales. Negotium edición 8.

Hitt, Ireland & Hoskisson (2004). Administración estratégica, competitividad y globalización . Editorial Cengage Learning, séptima edición.

Mitsberg, Henry & Quinn, James B (1991). El proceso estratégico, conceptos, contextos y casos. Editorial Prentice Hall, segunda edición

Kim, W. Chan & Mauborgne, Renée (2005). La Estrategia del Océano Azul. Grupo Editorial Norma.

- **Libro electrónico:**

Porter, M.E. *Competitive Strategy*, Free Press, New York, 1980. Recuperado de <http://www.vnseameo.org/ndbmai/CS.pdf>

Meyer, Pauline. *Apple's Generic Strategy & Intensive Growth Strategies*. Business Management, The Panmore Institute, 2017. Recuperado de <http://panmore.com/apple-inc-generic-strategy-intensive-growth-strategies>

- **Capítulo de libro:** en los casos de libros compilatorios y antologías donde cada capítulo tenga un autor diferente y un compilador o editor:
Apellido, A. A., y Apellido, B. B. (Año). Título del capítulo. En A. A. Apellido. (Ed.), Título del libro (pp. xx-xx). Ciudad, País: Editorial.

3.2. Bibliografía complementaria

<https://www.business-case-analysis.com/business-strategy.html>

4. LUGAR Y FECHA DE LA ELABORACIÓN o ÚLTIMA ACTUALIZACIÓN

Tonalá, Jalisco a 20 de Julio de 2017



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA
Centro Universitario de Tonalá
División de Ciencias Económicas, Empresa y Gobierno
Departamento de Emprendimiento, Comercio y Empresa

5. PARTICIPANTES EN LA ELABORACIÓN / ACTUALIZACIÓN DEL PROGRAMA

- González Ordaz Gilberto Israel
- García Domínguez Elizabeth
- Naranjo Martínez, Zayda Anahí

6. INSTANCIAS QUE APROBARON EL PROGRAMA

- *Academia de Administración*
- *Colegio Departamental del departamento de Emprendimiento, Comercio y Empresa*