



# UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

CENTRO UNIVERSITARIO DE  
CIENCIAS ECONÓMICO ADMINISTRATIVAS  
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS

PROGRAMA DE ASIGNATURA

FORMATO BASE

1.- NOMBRE DE LA MATERIA

Estrategia de Negocios

2.- CLAVE DE LA MATERIA

DO846

3.- PRERREQUISITOS

Haber cursado materias obligatorias

4.- SERIACIÓN

Si

5.- ÁREA DE FORMACIÓN

Básica Particular Obligatoria

6.- DEPARTAMENTO

Administración

7.- ACADEMIA

8.- MODALIDAD DE ASIGNATURA

Presencial

9.- TIPO DE ASIGNATURA

Curso Taller

10.- CARGA HORARIA

TEORÍA	PRACTICA	TOTAL
48	22	70

11.- CRÉDITOS

7

12.- NIVEL DE FORMACIÓN

Maestría

### **13.- PRESENTACIÓN**

El estudiante tendrá una perspectiva de largo plazo y se sensibilizará para el pensamiento estratégico incrementando la capacidad de planeación y gestión del cambio en las organizaciones que incida en un mejor desarrollo de los negocios.

### **14.- PERFIL FORMATIVO DEL ESTUDIANTE**

Este programa capacita al estudiante para la formulación de estrategias en las organizaciones y en especial en el ámbito de los negocios con responsabilidad social y en armonía con el medio ambiente.

### **15.- OBJETIVOS DEL PROGRAMA**

- ❑ Reconocer las principales tendencias de cambio que impactan la actuación de las organizaciones y su relación con el medio ambiente para ubicar el proceso estratégico en el entorno cambiante
- ❑ Conocer las diferencias entre las planeación tradicional y la planeación estratégica.
- ❑ Estimular el pensamiento estratégico para incrementar la capacidad de planeación y gestión del cambio
- ❑ Identificar, valorar y manejar el impacto de los cambios en los elementos internos y externos por medio del diagnóstico estratégico, que mejore la productividad y garantice la competitividad de las organizaciones empresariales
- ❑ Fomentar el uso de las estrategias en la toma de decisiones
- ❑ Destacar e impulsar la importancia de la calidad humana en los procesos de cambio estratégico.
- ❑ Conocer y manejar los enfoques y elementos de los procesos de mejora continua y competitividad en las organizaciones empresariales y no empresariales y su relación con las estrategias de negocios
- ❑ Valorar las habilidades de liderazgo y negociación que se requieren para hacer operativo el proceso de la estrategia de negocios.
- ❑ Generar espacios participativos a través de la presentación de un Plan Estratégico en empresa seleccionada como trabajo final

## 16.- CONTENIDO TEMÁTICO

### **UNIDAD I. EXPLORACIÓN DEL ENTORNO. MEGA Y MACROTENDENCIAS**

1. Las principales tendencias del cambio en el largo plazo. De la sociedad industrial a la sociedad del conocimiento
2. El entorno de los negocios. Nuevas realidades, nuevas necesidades
3. Los escenarios futuros para México
4. La problemática medioambiental

### **UNIDAD II. LA ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA**

1. De la planeación normativa a la planeación estratégica
2. El proceso estratégico
3. Pensamiento Estratégico. La trilogía visión, misión, valores
4. Planeación a largo plazo. Objetivos y metas estratégicas
5. Diseño e implantación de estrategias de largo plazo
6. La planeación táctica en el proceso estratégico

### **UNIDAD III. DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO Y CURSOS DE ACCIÓN**

1. El diagnóstico estratégico para construir el futuro
2. El diagnóstico por benchmarking
3. Análisis del entorno. Fortalezas y debilidades de la organización
4. Análisis del entorno. Oportunidades y amenazas para la organización
5. La matriz FODA y el diseño de estrategias
6. Planeación estratégica, calidad total y reingeniería organizacional
7. La organización que aprende. Planeación de sistemas integrados
8. Liderazgo y estrategia. Cambio y transformación organizacional
9. La estrategia medioambiental

### **UNIDAD IV. LA NATURALEZA DE LA VENTAJA COMPETITIVA**

1. Importancia de la ventaja competitiva
2. Habilidades distintivas, recursos y capacidades
3. Bloques genéricos de formación de la ventaja competitiva
4. Características de la ventaja competitiva
5. La durabilidad de la ventaja competitiva
6. Alianzas estratégicas

### **UNIDAD V. TIPOS DE ESTRATEGIAS A NIVEL DE NEGOCIOS**

1. Clasificación
2. Estrategias para empresas en industrias fragmentadas
3. Estrategias para empresas en industrias embrionarias y en crecimiento
4. Estrategias para empresas en industrias maduras
5. Estrategias para manejar la rivalidades
6. Estrategias para empresas en industrias en decadencia

### **UNIDAD VI. ESTRATEGIAS DE NEGOCIACIÓN**

1. El marco conceptual
2. Introducción a las negociaciones
3. La planeación de la negociación
4. Comportamientos verbales críticos en la negociación

5. Diagnóstico del Negociador
6. Factores que contribuyen al éxito de las negociaciones
7. La negociación y otras culturas
8. Estrategias y tácticas de negociación. Planes de contingencia

## 17.- BIBLIOGRAFÍA

### **BIBLIOGRAFÍA OBLIGATORIA:**

THOMPSON / PETERAF/GAMBLE/STRICKLAND. ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA. EDICIÓN 18ª. MC GRAW HILL. USA, 2012.

OVEJERO BERNAL, ANASTASIO. TÉCNICAS DE NEGOCIACIÓN. COMO NEGOCIAR EFICAZ Y EXITOSAMENTE. MC GRAW HILL. MADRID ESPANA, 2004.

### **BIBLIOGRAFÍA DE CONSULTA:**

ACEVES RAMOS, VICTOR DANIEL. DIRECCIÓN ESTRATÉGICA. MC GRAW HILL. MÉXICO, 2004.

HILL AND JONES.....

KEES VAN DER HEIJDEN. ESCENARIOS "EL ARTE DE PREVENIR EL FUTURO". PANORAMA EDITORIAL, MÉXICO, 1999.

MILAN KUBR. LA CONSULTORIA DE EMPRESAS. OFICINA INTERNACIONAL DE TRABAJO GINEBRA. LIMUSA NORIEGA EDITORES. MÉXICO, 1998.

THOMPSON, A. & STAPPENBECK, G. THE BUSINESS STRATEGY GAME. A GLOBAL SIMULATION 6TH. EDITION. IRWIN MC. GRAW HILL.

## 18.- APLICACIÓN PROFESIONAL

En todas las empresas se pueden aplicar los conocimientos adquiridos en esta materia porque es conveniente tener presente tanto las oportunidades y amenazas de las organizaciones y como tener claro hacia donde se quiere llegar y cómo lograrlo.

## 19.- PROFESORES QUE IMPARTEN LA MATERIA

Dr. Humberto Palos Delgadillo.  
Dr. José Sánchez Gutiérrez  
Dr. Gabriel Salvador Frago Jasso

## 20.- PERFIL DEL PROFESOR

Amplios conocimientos y experiencia en planeación estratégica y los negocios

## 21.- PROCESO DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE

1. Durante el curso se aplicarán dos métodos de trabajo: el expositivo y el participativo. En el primero se realizará una exposición que sirva de marco de referencia para el trabajo grupal, por equipos e individual; y en el segundo, se facilitarán las dinámicas de grupo, los trabajos y participaciones de los estudiantes.
2. Se utilizará el método del caso y la realización de actividades de investigación de campo, aplicadas al diseño de estrategias de negocios y para organizaciones no empresariales.
3. Se fomentará la calidad humana, el liderazgo y la coherencia con las actitudes y valores éticos en el desempeño de los participantes.

## **22.- ACTIVIDADES EXTRACURRICULARES**

Visitas técnicas, asistencia a conferencias y congresos

## **23.- FORMULACIÓN, APROBACIÓN Y VALIDACIÓN**

Profesores de asignatura, Consejo académico.

## **24.- EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE**

La parte de calificación, que consistirá en exámenes de control de lectura correspondiente a la parte teórico conceptual, 10%

Resolución de casos 20 %

Exposición de temas y participación informada y pertinente en clase 10 %

Exposiciones y entrega de trabajos de investigación aplicada 40%

Examen final 20%

La parte de la autoevaluación comprenderá la evaluación grupal de la calidad del trabajo en equipo, la del desempeño personal y la evaluación de los resultados del curso.

## **25.- EVALUACIÓN CURRICULAR**

Profesores de asignatura, Consejo académico, revisión anual

## **26.- MAPA CURRICULAR**

## **27.- PARTICIPANTES Y FECHA EN LA ELABORACION DEL PROGRAMA**

Dr. Humberto Palos Delgadillo

Julio de 2015

