



Licenciatura: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Materia: ADMINISTRACIÓN  
ESTRATEGICA

Clave: PE-LAE70I

Modalidad: EJECUTIVA

Cuatrimestre: 7°.

Horas: 2

**OBJETIVO:**

Realizar planeación estratégica para la toma de decisiones eligiendo estrategias competitivas, elaborando planes de contingencia y estableciendo medidas de control estratégica en un entorno globalizado.

S	CLASE I	CLASE 2
1	<b>PRESENTACIÓN</b>	<b>UNIDAD I</b> <b>LIDERAZGO ESTRATÉGICO: ADMINISTRACIÓN DEL PROCESO DE PREPARACIÓN DE ESTRATEGIAS</b>  1.1 Liderazgo estratégico, ventaja competitiva y desempeño superior 1.2 Administradores de estrategia 1.3 Administradores corporativos
2	1.4 Modelo del proceso de planeación estratégica 1.5 Análisis externo 1.6 Análisis interno	1.7 La planeación estratégica en la práctica 1.8 Toma estratégica de decisiones 1.9 Liderazgo estratégico
3	<b>UNIDAD II</b> <b>ANÁLISIS EXTERNO: IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES Y AMENAZAS</b> 2.1 Definición de la industria 2.2 Modelo de las cinco fuerzas de Porter 2.3 Grupos estratégicos en las industrias 2.4 El macroambiente 2.5 Análisis de los ciclos de vida industriales	<b>UNIDAD III</b> <b>ANÁLISIS INTERNO: COMPETENCIAS DISTINTIVAS, VENTAJA COMPETITIVA Y RENTABILIDAD</b> 3.1 Ventaja competitiva 3.2 La cadena de valor 3.3 Elementos básicos de la ventaja competitiva 3.4 Análisis de la ventaja competitiva y la rentabilidad
4	3.5 Durabilidad de la ventaja competitiva 3.6 Creación de una ventaja competitiva mediante una estrategia funcional 3.6.1 Eficiencia y economías de escala 3.6.2 Eficiencia y efectos de aprendizaje 3.6.3 Mercadotecnia y eficiencia	3.6.4 Manejo de materiales, entrega justo a tiempo y eficiencia 3.6.5 Estrategia de investigación y desarrollo y eficiencia 3.6.6 Estrategia de recursos humanos y eficiencia 3.6.7 Sistemas de información y eficiencia 3.6.8 Infraestructura y eficiencia
5	<b>UNIDAD IV</b> <b>CREACIÓN DE UNA VENTAJA COMPETITIVA MEDIANTE UNA ESTRATEGIA DE NEGOCIOS</b> 4.1 Posicionamiento competitivo y modelo de negocios 4.1.1 Formulación de modelo de negocios: necesidades de los clientes y diferenciación de producto.	4.1.2 Formulación del modelo de negocios: grupos clientes y segmentos de mercado 4.1.3 Implantación del modelo de negocios: creación de competencias distintivas 4.2 Posicionamiento competitivo y estrategias empresariales
6	4.3 Dinámica del posicionamiento competitivo 4.3.1 Posicionamiento competitivo para lograr un desempeño superior: diferenciación amplia 4.3.2 Posicionamiento competitivo y grupos estratégicos	<b>RETROALIMENTACION DE CONTENIDO</b>
7	<b>EXAMEN FINAL</b>	

<b>ACTIVIDADES EN EL AULA PERMITIDAS:</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.-Conducción Docente, manejo</li> <li>2.-Estructuración de Reportes de Lectura y Fichas de Trabajo; uso de Medios Audiovisuales. (Pantalla).</li> <li>3.-Realizar Lecturas de Referencias Bibliográficas Sugeridas y Adicionales para generar Lluvia de Ideas.</li> <li>4.-Propiciar Actividades de</li> <li>5.-Vinculación de la Materia con Casos Prácticos y Reales que se puedan sustentar teóricamente.</li> </ol>
---	---

<b>ACTIVIDADES NO PERMITIDAS:</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Exámenes Orales.</li> <li>2. Exposiciones como Evaluacion.</li> <li>3. Exposiciones</li> </ol>
-----------------------------------	--

<b>CRITERIOS, PROCEDIMIENTOS DE EVALUACION Y ACREDITACION.</b>	
<b>Foros</b>	20%
<b>Actividades en Plataforma Educativa</b>	30%
<b>Examen</b>	50%
<b>Total</b>	100%
<b>Escala de calificación</b>	7- 10
<b>Mínima aprobatoria</b>	7