



PLANEAMIENTO ESTRATEGICO

Especialista en contenido:	LIC. MSC. DIOGENES MACIAS R	AUTORIZADO POR VICE RECTORADO ACADÉMICO
Fecha de elaboración:	JULIO, 1993	
Elaborado por:	LIC. MSC. DIOGENES MACIAS R	

(FIRMA Y SELLO)

DESCRIPCIÓN DEL PROGRAMA

El planteamiento estratégico es un medio organizado y eficaz que permite a las empresas dentro de su marco competitivo analizar las ventajas, estructurar la empresa, el grado y tipo de diversificación que le interesa, la toma de decisiones que permitan sostener una posición y estrategias altamente favorables en su medio competitivo como empresa. El programa consta de cinco unidades:

Unidad I: El medio ambiente competitivo.

Unidad II: La conformación de precios y estrategias competitivas.

Unidad III: Diversificación e integración de la empresa.

Unidad IV: La estrategia como medio de acción.

Unidad V: La estrategia en la práctica empresarial.

MODALIDAD Y ESTRATEGIA DE ENSEÑANZA

Los problemas estratégicos en la empresa hoy en día son diversos y es por eso que se verán estos problemas como una formulación de estrategias que permitan y motiven la búsqueda y análisis de información para que la confrontación de ideas y enfoques generen una estructura que permita la puesta en práctica de discusiones e intercambio de ideas obtenidas por las investigaciones y exposiciones de trabajos prácticos.

ESTRATEGIA DE ESTUDIO

El estudiante debe efectuar una preparación previa a fin de apoyar o discutir las exposiciones y orientaciones del profesor, lógicamente mediante la revisión y estudio de las fuentes de información bibliográficas.

OBJETIVO TERMINAL DE LA ENSEÑANZA

Enseñar al estudiante la necesidad de la planificación estratégica para el desarrollo de la empresa en un medio ambiente altamente competitivo.

UNIDAD I	OBJETIVO TERMINAL DE UNIDAD
EL MEDIO AMBIENTE COMPETITIVO	ANALIZAR EL MEDIO AMBIENTE COMPETITIVO DE LA EMPRESA PARA CONOCER SU POSICIÓN GEOGRAFICA Y DETERMINAR SU VENTAJA COMPETITIVA..
DURACIÓN	
12 HRS. (3 SEMANAS)	
EVALUACIÓN	
15 %	
ESTRATEGIA DE INSTRUCCIÓN	
• Exposiciones técnicas. • Revisión de bibliografía. • Discusiones estructuradas. •	
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	
1. Definir los conceptos de estrategia competitiva. 2. Identificar los beneficios y problemas de la planificación estratégica. 3. Formular los posibles problemas estratégicos empresariales. 4. Definir la formulación de precios como de importancia vital dentro de la estrategia competitiva.	
CONTENIDOS	
1.- Conceptos de estrategia competitiva. 2.- Beneficios y problemas de la planificación estratégica 3.- La ventaja competitiva 4.- La estrategia competitiva en el proceso de desarrollo de la empresa 5.- Los problemas estratégicos empresariales 6.- Los mercados de competencia perfecta 7.- La formación de precios y su importancia	

UNIDAD II		OBJETIVO TERMINAL DE UNIDAD
CONFORMACION DE PRECIOS Y DE ESTRATEGIA COMPETITIVA		ANALIZAR LA IMPORTANCIA DE LOS COSTOS, LOS PRODUCTOS SUSTITUTOS COMO PROCESO QUE AFECTA LA OFERTA Y LA DEMANDA Y SU ELASTICIDAD.
DURACIÓN		
16 horas 4 SEMANAS		
EVALUACIÓN		
30 %		
ESTRATEGIA DE INSTRUCCIÓN		
• Análisis de los casos prácticos • Exposiciones técnicas y análisis • Discusiones grupales		
OBJETIVOS ESPECÍFICOS		
1.- Definir el costo unitario 2.- Identificar os elementos del costo 3.- Interpretar y definir economías de escala 4.- Identificar el concepto de tamaño mínimo eficiente. (TME) 5.- Revisar e identificar los procesos productivos especiales		
CONTENIDOS		
1. Los costos empresariales 2. Conceptos de demanda 3. Factores que influyen en la cantidad demandada 4. Los procesos sustitutivos 5. Los cambios de la demanda y sus movimientos 6. La oferta y sus desplazamientos 7. Fijación y variación de precios 8. Elasticidad de la oferta y la demanda		

UNIDAD III	OBJETIVO TERMINAL DE UNIDAD
DIVERSIFICACION E INTEGRACION EMPRESARIAL	ANALIZAR LOS CONCEPTOS Y METODOS DE DIVERSIFICACION E INTEGRACION PARA LOGRAR UNA MEJOR PLANIFICACION ESTRATEGICA.
DURACIÓN	
12 HORAS 3 SEMANAS	
EVALUACIÓN	
15 %	
ESTRATEGIA DE INSTRUCCIÓN	
- Exposiciones orales - Discusiones y lecturas del material de apoyo	
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	
1.- Definir diversificación y el porqué de diversificar 2.- Definir integración y su importancia 3.- Analizar las diferentes matrices ligadas con el crecimiento y atraktividad del mercado y las unidades estratégicas del negocio o empresa 4.- Definir, analizar y estudiar los sistemas de planificación de cartera	
CONTENIDOS	
1. La dirección de la empresa diversificada 2. Las técnicas de planificación de cartera 3. La matriz de atraktividad del negocio/unidades estratégicas de negocio 4. Matriz de crecimiento/participación del mercado 5. La utilidad del sistema de planificación de cartera 6. Diversificación y estratégica	

UNIDAD IV	OBJETIVO TERMINAL DE UNIDAD
LA ESTRATEGIA Y SU MEDIO AMBIENTE DE ACCION	ANALIZAR LA IMPORTANCIA DE ESTRATEGIAS EN SITUACIONES ALTAMENTE COMPETITIVAS Y EN SECTORES FRAGMENTADOS O SEGMENTADOS.
DURACIÓN	
12 HORAS 3 SEMANAS	
EVALUACIÓN	
20 %	
ESTRATEGIA DE INSTRUCCIÓN	
- Exposiciones orales - Discusiones grupales y dirigidas	
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	
- Definir los sectores competitivos en la empresa o negocio - Analizar el ciclo de negocios y su importancia competitiva - Definir competencia, sus elementos y características - Definir fragmentación o segmentación del mercado - Analizar las estrategias de concentración y eficiencia	
CONTENIDOS	
- Las estrategias para sectores muy competitivos, su coherencia e importancia. - La fragmentación o segmentación de los distintos sectores empresariales - Las diferentes variables a conocer en cuanto a costos y su relación con las estrategias de acción - La estrategia de concentración y eficiencia	

UNIDAD V	OBJETIVO TERMINAL DE UNIDAD
LA ESTRATEGIA EMPRESARIAL	APLICAR LOS CONOCIMIENTOS ADQUIRIDOS EN LAS UNIDADES ANTERIORES, EXPOSICIONES Y TRABAJOS PARA DESARROLLAR ESTRATEGIAS COMPETITIVAS.
DURACIÓN	
16 HORAS 4 SEMANAS	
EVALUACIÓN	
20 %	
ESTRATEGIA DE INSTRUCCIÓN	
- Exposiciones orales - Discusiones grupales y dirigidas - Estudio de casos	
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	
- Analizar las estrategias de nuevos negocios - Identificar el desarrollo de nuevo sector - Definir el análisis estratégico de la empresa - Definir el proceso de concentración y la explotación de economías de escala - Analizar los mecanismos de control estratégico - Analizar la estructura organizativa y de recursos humanos de la empresa	
CONTENIDOS	
- La estrategia para introducirse en nuevos negocios o en los ya existentes. - El desarrollo de un sector, los sectores de drástica concentración y de fragmentación progresiva. (Segmentación acelerada). - La estrategia como un proceso - Las ventajas competitivas de la organización - La formulación estratégica y su puesta en practica - Mecanismos de control. - La estructura organizativa y sus relaciones de dependencia - Los recursos humanos para la estrategia	

BIBLIOGRAFÍA

Jarillo, José Carlos: Dirección estratégica, serie McGraw-Hill de management. Segunda edición. Editorial McGraw-Hill. 1992

Porter, Mitchel. Estrategia competitiva. Compañía editorial Continental S.A. México. 1992

Ventaja competitiva. Compañía editorial Continental S.A. México. 1982

Harold Koontz y Cyril O'Donnel. Elementos de la Administración Moderna. McGraw-Hill. Bogota. 1974

Matus, Carlos. Planificación de situaciones: Planificación de Situaciones. Libros ALFAR. CENDES. 1977.

Corredor, Julio: La Planificación; Enfoques y Proposiciones para su aplicación. Editorial Vadell Hermanos. Tercera Edición. Valencia-Venezuela.

Lecturas Especiales:

Jonh, Naisbitt: Megatrends, Ten new directions transforming our lives. Warner Books. Inc. 666 Fith Avenue, N.Y. 10103. 1982. USA.

Leftwich & Sharp: Economics of social issues. Fourth Edition. Bussiness Publications Inc. Dallas-Texas. 752443. USA 1980.