



**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MORELOS
PLAN DE ESTUDIOS 2004 – PE: ADMINISTRACIÓN**

ADMINISTRACIÓN ESTRATEGICA Y MERCADOTECNIA

ÁREA:	ADMINISTRATIVA-CONTABLE	CLAVE:	
ETAPA FORMATIVA:		TOTAL HRS. SEMANA:	5
DURACIÓN:	SEMESTRAL	HRS. TEÓRICAS:	5
TIPO DE CURSO:	OPTATIVA	HRS. PRÁCTICAS:	0
REQUISITOS:	NINGUNO	CRÉDITOS:	

OBJETIVO GENERAL:
 Al FINALIZAR EL CURSO EL ALUMNO CONOCERÁ Y UTILIZARÁ LOS CONCEPTOS Y HERRAMIENTAS ESTRATÉGICAS DE VANGUARDIA QUE CONDUCEN A LA EFICIENCIA EN LAS ORGANIZACIONES.

TEMÁTICA	OBJETIVOS DE APRENDIZAJE	SUGERENCIAS DIDÁCTICAS	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS
I. ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA. 1.1 Definición de administración estratégica. 1.2 Etapas de la administración estratégica. 1.3 Adaptarse al cambio. 1.4 Términos clave de la administración estratégica: 1.4.1 Ventaja competitiva. 1.4.2 Estrategas. 1.4.3 Declaración de la visión y la misión. 1.4.4 Oportunidades y amenazas externas. 1.4.5 Fortalezas y debilidades internas.	Al finalizar esta unidad, el alumno entenderá por qué se necesita una administración estratégica sólida para competir con buenos resultados, dirigir su negocio y fortalecer sus perspectivas de éxito en el largo plazo. El alumno será capaz de: - Explicar el concepto de administración estratégica. - Utilizar los elementos necesarios para definir el negocio. - Distinguir y analizar cada uno de los elementos para establecer la misión del negocio. - Establecer la misión y la visión estratégicas de cualquier empresa.	E.M. E.P. M.A.	Libros: 4, 10

<p>2. TIPOS DE ESTRATEGIAS.</p> <p>2.1 La estrategia y la supervivencia. 2.2 La estrategia y las percepciones. 2.3 La estrategia y ser diferente. 2.4 La estrategia y la competencia. 2.5 La estrategia y la especialización. 2.6 La estrategia y lo simple. 2.7 La estrategia y el liderazgo.</p>	<p>Al finalizar esta unidad, el alumno comprenderá lo que distingue a cada una de las estrategias genéricas, y por qué algunas funcionan mejor que otras en ciertas clases de industrias y condiciones competitivas.</p> <p>El alumno será capaz de:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Explicar la relación que mantienen las diferentes estrategias. - Conocer las mejores formas de obtener una ventaja competitiva basada en la diferenciación del producto o servicio de una empresa respecto de las ofertas de los rivales. 	<p>E.M. E.P. M.A.</p>	<p>Libros: 1, 16</p>
<p>3. FORMULACIÓN DE ESTRATEGIAS.</p> <p>3.1 Jerarquía de elaboración de la estrategia de una compañía. 3.2 Elaboración de estrategias. 3.2.1 Estrategia corporativa. 3.2.2 Estrategia de negocios (una por cada giro en que se diversificó la empresa) 3.2.3 Estrategia de áreas funcionales (dentro de cada unidad de negocios). 3.2.4 Estrategias operativas en cada unidad de negocios.</p>	<p>Al finalizar esta unidad, el alumno comprenderá el alcance y el proceso de la formulación de estrategias de una compañía.</p> <p>El alumno será capaz de:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Utilizar los elementos necesarios para la elaboración de estrategias. - Analizar la situación comercial del negocio con todos los factores que influyen en la formulación de estrategias. - Conocer un plan para manejar actividades específicas de menor rango con importancia estratégica. 	<p>E.M. M.A. E.P.</p>	<p>Libros: 9, 12</p>
<p>4. ANÁLISIS PARA LA GENERACIÓN DE ESTRATEGIAS.</p> <p>4.1 La naturaleza del análisis de la estrategia. 4.1.1 El proceso de generar y seleccionar estrategias. 4.2 Un esquema exhaustivo de la formulación de estrategias. 4.3 La etapa de conciliación. 4.3.1 Matriz de fortalezas-debilidades, oportunidades-amenazas. 4.3.2 Matriz de posición estratégica y evaluación de acciones (SPACE). 4.3.3 La matriz interna-externa (IE). 4.3.4 Matriz de la gran estrategia.</p>	<p>Al finalizar esta unidad, podrá describir un esquema de tres etapas para elegir entre estrategias alternativas.</p> <p>El alumno será capaz de:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Explicar cómo desarrollar una matriz FODA, una matriz SPACE, una matriz IE y una matriz de planeación estratégica cuantitativa. - Analizar el papel de la institución en el análisis de la estrategia. - Analizar el papel de la cultura organizacional en el análisis de la estrategia. 	<p>E.M. M.A. E.P.</p>	<p>Libros: 2, 4</p>

<p>4.4 La etapa de decisión. 4.4.1 Matriz de planeación estratégica cuantitativa.</p>			
<p>5. ELECCIÓN DE LAS ESTRATEGIAS. 5.1 La naturaleza de la elección de la estrategia. 5.2 Conexión de la estructura con la estrategia. 5.2.1 La estructura funcional. 5.2.2 La estructura divisional. 5.2.3 Estructura de unidad estratégica de negocios. 5.2.4 La estructura matricial. 5.3 Vínculo entre el desempeño, el pago y las estrategias. 5.4 Manejo de la resistencia al cambio. 5.5 Manejo del ambiente natural. 5.6 Creación de una cultura de apoyo a la estrategia. 5.7 La política de la elección de la estrategia.</p>	<p>Al finalizar esta unidad el alumno comprenderá por qué la elección de la estrategia es más difícil que su análisis.</p> <p>El alumno será capaz de:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Explicar por qué la estructura organizacional es tan importante en la elección de la estrategia. - Explicar cómo una empresa puede vincular efectivamente el desempeño y el pago con las estrategias. - Describir cómo modificar una cultura organizacional para apoyar nuevas estrategias. - Describir la política de la elección de la estrategia. 	<p>E.M. M.A. E.P.</p>	<p>Libros: 4, 10</p>
<p>6. IMPLANTACIÓN DE LAS ESTRATEGIAS. 6.1 Importancia de la implantación de las estrategias. 6.2 Cuestiones de marketing. 6.2.1 Segmentación de mercado. 6.2.2 Posicionamiento del producto. 6.3 Cuestiones de finanzas y contabilidad. 6.3.1 Adquisición de capital para implantar las estrategias. 6.3.2 Estados financieros proyectados. 6.3.3 Presupuestos financieros. 6.4 Cuestiones de los sistemas de información gerencial.</p>	<p>Al finalizar esta unidad, el alumno explicará la segmentación del mercado y el posicionamiento del producto como herramientas para la implantación de la estrategia.</p> <p>El alumno será capaz de:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Explicar por qué el análisis de las estrategias financieras proyectadas es una herramienta esencial para la implantación de estrategias. - Explicar cómo los sistemas de información gerencial pueden determinar el éxito de los esfuerzos en la implantación de una estrategia. 	<p>E.M. M.A. V.C. E.P.</p>	<p>Libros: 1, 13</p>

<p>7. EVALUACIÓN DE LAS ESTRATEGIAS.</p> <p>7.1 La importancia de la evaluación de la estrategia.</p> <p>7.1.1 El proceso de evaluar las estrategias.</p> <p>7.2 Un marco de referencia para la evaluación de la estrategia.</p> <p>7.2.1 Revisión de las bases de la estrategia.</p> <p>7.2.2 Medición del desempeño de la organización.</p> <p>7.2.3 Toma de correcciones correctivas.</p> <p>7.3 Cuadro de mando integral.</p> <p>7.4 Fuentes de información publicada sobre la evaluación de estrategia.</p> <p>7.5 Características de un sistema de evaluación eficaz.</p> <p>7.6 Retos del siglo XXI en la administración estratégica.</p>	<p>Al finalizar esta unidad, el alumno describirá un marco de referencia práctico para evaluar las estrategias.</p> <p>El alumno será capaz de:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Explicar por qué la evaluación de la estrategia es compleja, delicada e incluso esencial para el éxito de la organización. - Analizar el cuadro de mando integral. - Analizar tres retos del siglo XXI en la administración estratégica. 	<p>E.M.</p> <p>I.A.</p> <p>M.A.</p> <p>E.P.</p>	<p>Libros: 2, 3, 6 – 10, 14, 15</p>
--	--	---	-------------------------------------

PERFIL PROFESIOGRAFICO DEL DOCENTE	
ESTUDIOS REQUERIDOS: Licenciado en administración o maestría en administración.	
EXPERIENCIA PROFESIONAL DESEABLE: En áreas de la administración general.	
OTROS REQUERIMIENTOS: Cuando se trate de profesores de nuevo ingreso, que acrediten un curso básico de teoría pedagógica y didáctica de la FCAeI	
RECURSOS DIDÁCTICOS	
Programas para presentaciones (PowerPoint)	
Retroproyector	
Cañón	
CRITERIOS DE EVALUACIÓN	
Evaluaciones durante el semestre	
Participaciones en clase	
Tareas de casa	
Investigación sobre temas específicos	
Exposiciones orales de temas del programa	
Resolución de casos prácticos	
Asistencia puntual a clase durante el periodo semestral	
BIBLIOGRAFÍA BÁSICA	
1.- ANSOFF, Igor, Dirección estratégica en la práctica empresarial, México editorial Pearson, 1998.	
2.- CERTO C. Samuel y Peter Paul, Dirección estratégica, España, editorial Mc Graw Hill 3ª Edición, 2004.	
3.- CORONA, Funes Rafael, Estrategia, el cambio en la proyección del pensamiento empresarial, México, editorial Gasca Sicco, 2001, 178pp.	
4.- Hill, Charles W.L. y Jones, Gareth R. Administración estratégica un enfoque integrado. 3ª edición. México. McGraw Hill. 2000.	
5.- Johnson, Robert W. y Melicher, Ronald W. Administración financiera. 4ª edición. México. CECSA. 1999.	

- 6.- Koontz, Harold y Heinz, Wehrich. Administración una perspectiva global. 12ª edición. México. McGraw Hill. 2004.
- 7.- Kotler, Philip. Dirección de mercadotecnia, análisis, planeación, implementación y control. 8ª edición. México. Prentice Hall. 1996.
- 8.- Mondy, R. Wayne y Noe, Robert M. Administración de recursos humanos. 6ª edición. México. Prentice May 1996.
- 9.- Montaña, Agustín. Administración de la producción. 1ª edición. México. Trillas. 1998.
- 10.- Robbins, Stephen R. y Coulter, Mary. Administración. 6ª edición. México. Prentice Hall. 2000.
- 11.- Robles, Gloria y Alcerreca, Carlos. Administración: un enfoque interdisciplinario. 1ª edición. México. Prentice Hall. 2000.
- 12.- Stanton, William J., Etzel, Michael J. y Walter, Bruce J. Fundamentos de marketing. 11ª edición. México. McGraw Hill. 2000.
- 13.- Stoner, James A.F., Freeman, Edward R. y Giolbert Jr., Daniel R. Administración. 6ª edición. México. Prentice Hall. 1996.
- 14.- Velazquez Mastretta, Gustavo. Administración de los sistemas de producción. 5ª edición. México. Limusa Noriega. 1997.
- 15.- Weston, J. Fred y Brigham, Eugene F. Finanzas en administración. 5ª edición. México. Interamericana. 2001.
- 16.- Jack Trout, "Las Estrategias según Trout, Capturar mentes para conquistar mercados", Mc Graw Hill/ Interamericana de España, S.A.U., 2004.

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

- 17.- Hampton, David R. Administración. 3ª edición. México. McGraw Hill. 1997.
- 18.- Hellriegel, Don y Slocum, John W. Jr. Administración. 7ª edición. México. Thompson. 1998.
- 19.- Lawrence, J. Gitman. Fundamentos de administración financiera. 10ª edición. México. Pearson Addison Wesley. 2003.
- 20.- Ohmae, Kenichi. La mente del estratega. 1ª edición. México. McGraw Hill. 2002.
- 21.- Sun Tzu. El arte de la guerra. 6ª edición. México. EDAF. 2003.
- 22.- Toffler, Alvin. El shock del futuro. 15ª edición. México. Plaza y Janes. 1995.