

**UNIVERSIDAD NACIONAL
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN**

PROGRAMA DEL CURSO:

1 DATOS GENERALES

CODIGO:	ETE 502
NOMBRE DEL CURSO:	PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA
CREDITOS:	03
NATURALEZA:	Teórico practico
NIVEL DE CARRERA:	Licenciatura
PERIODO:	I ciclo 2017
HORAS PRESENCIALES POR SEMANA:	03
HORAS DE ESTUDIO INDEPENDIENTE:	05
HORARIO Y LUGAR DE ATENCION DE ESTUDIANTES:	Martes y Jueves 17:30 (aula del curso)
HORARIO DE CLASES:	18:30 a 21:00 horas
PROFESOR:	Msc. Dunnia Marín Corrales dunnia.marin.corrales@una.cr

2 DESCRIPCION DEL CURSO

El propósito de este curso es estimular el pensamiento y la mentalidad estratégica de los estudiantes, mediante una actitud reflexiva constante del quehacer organizacional, de tal manera que dicha actitud le permita ligarse inteligentemente con la realidad creando inteligencia estratégica en la organización¹.

Labase de la estrategia empresarial parte de que los gerentes comprendan a los competidores, los mercados, los precios, los proveedores, los distribuidores, los gobiernos, los accionistas y los clientes de los diferentes mercados.

El resultado que se persigue es que los estudiantes desarrollen su capacidad analítica para identificar y explicar las dimensiones estratégicas del fenómeno organizacional e institucional en el contexto costarricense y global.

¹ Sobre el concepto de inteligencia estratégica, ver: Dror, Yehezkel. Enfrentando el futuro. México : Fondo de cultura económica, 1990.

Interesa que los estudiantes comprendan, a través del análisis e investigación, el contexto y la naturaleza de la planificación estratégica, las etapas y fases que se pueden distinguir en el proceso de planificación estratégica y, la importancia y utilidad del pensamiento estratégico en el trabajo profesional.

3 OBJETIVO GENERAL

Aplicar las herramientas, elementos, guía de procedimientos y acciones integradoras de la planificación estratégica, a fin de que se puedan integrar los elementos teóricos aprendidos con las variables del macro y micro entorno, propias del medio y el mercado laboral en el que se desenvuelven las organizaciones.

4 OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- A. Establecer relaciones de la planificación estrategia y la práctica de las operaciones empresariales de las empresas y el desarrollo de la actividad organizacional, comprendiendo que la estrategia funciona como guía al resto de la organización y no se encuentra aislada de ésta.
- B. Distinguir características del contexto social en que se desarrolla el proceso de la planificación estratégica, estableciendo el impacto que genera el ambiente en la toma de decisiones.
- C. Emplear el conocimiento de la planificación estratégica y la formación de la ventaja competitiva mediante estrategias a nivel funcional, comprendiendo como se “hace operativa” la estrategia empresarial.
- D. Discutir en forma comparativa la práctica estratégica internacional con la realidad empresarial costarricense.

5 CONTENIDOS Y CRONOGRAMA:

Sesión y Contenidos	Actividades docente	Estudiante
Sesión 1. Introducción a la Planificación Estratégica (13 al 17 de febrero):	<ul style="list-style-type: none"> • Presentación del programa del curso. • Discusión del programa • Organización del trabajo del curso. • Organización de grupos de trabajo y asignación de tareas. • Presentación de la materia. 	<ul style="list-style-type: none"> • Presentación personal • Intereses y expectativas. • Opinión sobre la temática del curso y el programa.
Sesión 2. La Administración Estratégica (20 al 24 de febrero): <ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué es administración estratégica? • Modelo de administración estratégica • Beneficios de la administración estratégica 	<ul style="list-style-type: none"> • Presenta los conceptos y aspectos relacionados con la administración estratégica vinculándolos con la realidad de las organizaciones y las empresas locales y del entorno mundial 	<ul style="list-style-type: none"> • TAREA 1: Lleva a clase el caso de una compañía que opere en el mercado costarricense que a su criterio funciona bajo el concepto de administración estratégica.
Sesión 3. La Estrategia en la Empresa (27 de febrero a 03 de marzo) <ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué es la estrategia? • El proceso de planeación estratégica • Uso del FODA 	<ul style="list-style-type: none"> • Presenta los conceptos y aspecto relacionados con la planeación estratégica 	<ul style="list-style-type: none"> • TAREA 2: Lleva a clase un ejemplo de: Misión • Presentación caso práctico Grupo No.1: Empresa que aplica misión y objetivos estratégicos en el mercado • Trabaja en clase en elaboración de plan estratégico
Sesión 4. Enfoque Estratégico		<ul style="list-style-type: none"> • Lleva a clase la lectura

<p>de la Organización (06 a 10 de marzo)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Visión organizacional • Filosofía corporativa • Grupos de interés • Definición del negocio 	<ul style="list-style-type: none"> • Presenta los conceptos y aspecto relacionados con la planeación estratégica 	<p>realizada</p> <ul style="list-style-type: none"> • Trabaja en clase en elaboración de plan estratégico • Trabaja en clase sobre caso walmart • Presentación caso práctico Grupo No.2: Los grupos de interés en la estrategia de la empresa
<p>Sesión 5. Diagnóstico Estratégico Externo (13 a 17 de marzo)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Indicadores del entorno contextual • Relaciones con el microentorno y macroentorno 	<ul style="list-style-type: none"> • Presenta los conceptos y aspecto relacionados con el macroentorno y la estrategia 	<ul style="list-style-type: none"> • Lleva a clase la lectura realizada • Trabaja en clase sobre casomillennials • Trabaja en clase en elaboración de plan estratégico • Presentación caso práctico Grupo No.3 caso de la influencia del macroentorno en las estrategias de una empresa
<p>Sesión 6. Evaluación Parcial (20 a 24 de marzo)</p>	<p>Evaluación Parcial</p>	
<p>Sesión 7. La Estrategia Competitiva (27 y 31 de marzo)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Presenta los conceptos y 	<ul style="list-style-type: none"> • Lleva a clase la lectura realizada

<p>marzo)</p> <ul style="list-style-type: none"> • El Paradigma de Porter • Estrategias genéricas • Posicionamiento estratégico 	<p>aspectos relacionados con la estrategia competitiva en las organizaciones</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Trabaja en clase en elaboración de plan estratégico • Trabaja en clase sobre caso Starbucks • Presentación caso práctico Grupo No.4: Empresa con posicionamiento estratégico en el mercado de Costa Rica
<p>Sesión 8. Planeación Estratégica y Planeación Operativa (3 a 7 de abril)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Diferencias entre la administración estratégica y la operativa • Uso de los planes operativos en las organizaciones 	<ul style="list-style-type: none"> • Presenta los conceptos y aspectos relacionados con el análisis de los planes operativos de la organización 	<ul style="list-style-type: none"> • Lleva a clase la lectura realizada • Trabaja en clase en elaboración de plan estratégico • Trabaja en clase sobre caso Banco de Costa Rica • Presentación caso práctico Grupo No.5: Ejemplo de expansión de estrategias operativas exitosas
<p>Sesión 9. SEMANA SANTA (de 10 a 14 de abril)</p>		
<p>Sesión 10. El cuadro de mando integral- Planeación Estratégica en ONG´s (17 a 21 de abril)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Presenta los conceptos y aspectos relacionados con los tipos de estrategias 	<ul style="list-style-type: none"> • Lleva a clase la lectura realizada • Presentación caso práctico Grupo No.6: Uso práctico del Cuadro de Mando Integral • Presentación caso práctico Grupo No.7: caso de planificación estratégica en

		organizaciones no lucrativas
Sesión 11. Segunda Evaluación Parcial (24 a 28 de abril)	Segunda Evaluación Parcial	Segunda Evaluación Parcial
Sesión 12. Planes y Estrategias Comerciales (01 a 05 de mayo) <ul style="list-style-type: none"> • Estrategias comerciales • Relación entre Plan Estratégico-Plan Operativo-Plan Comercial 	<ul style="list-style-type: none"> • Presenta los conceptos y aspecto relacionados con la evaluación de las estrategias 	<ul style="list-style-type: none"> • Lleva a clase la lectura realizada • Trabaja en clase en elaboración de plan estratégico <p>Trabaja en clase sobre caso de Casa Blanca</p> <ul style="list-style-type: none"> • Presentación caso práctico Grupo No.8: Estrategia que no ha resultado según lo planificado por la empresa
Sesión 13. Planeación Estratégica e Indicadores de Desempeño en el Sector Público (8 a 12 de mayo): <ul style="list-style-type: none"> • Gestión por resultados • Indicadores de desempeño • Aplicación en la gestión pública 	<ul style="list-style-type: none"> • Presenta los conceptos y aspecto relacionados con los temas claves de la administración estratégica en las organizaciones del sector público 	<ul style="list-style-type: none"> • Lleva a clase la lectura realizada • Presentación caso práctico Grupo No.9: Institución pública con adecuadas estrategias e indicadores de desempeño positivos
Sesión 14. Presentación de Capítulo de Libro (15 y 19 de mayo)	<ul style="list-style-type: none"> • Analiza con los estudiantes la presentación de Capítulo de Libro y avances de trabajos finales 	<ul style="list-style-type: none"> • Presentación de Capítulo de Libro • Lleva avances de trabajo final
Sesión 15. Presentación de Capítulo de Libro (29 de mayo a 02 de junio)	<ul style="list-style-type: none"> • Analiza con los estudiantes la presentación de Capítulo de Libro y avances de 	<ul style="list-style-type: none"> • Presentación de Capítulo de Libro • Lleva avances de trabajo final

	trabajos finales	
Sesión 16. Entrega y Presentación de Investigaciones Finales (de 05 a 09 de junio)	<ul style="list-style-type: none"> • Analiza con los estudiantes la presentación de trabajos finales 	<ul style="list-style-type: none"> • Entrega y Presentación de Investigaciones Finales
Sesión 17. Entrega de promedios finales (de 12 a 16 de junio)		
Sesión 18. EXAMEN EXTRAORDINARIO		

5 METODOLOGIA

La dinámica del curso es participativa, creativa, constructiva, el estudiante debe venir siempre preparado su material y lecturas asignadas. Presentarán los talleres en donde se debe preparar material expositivo con gran desarrollo de creatividad, compromiso y excelencia.

Para lograr lo anterior, se aplicará el siguiente procedimiento:

A. Grupos de Trabajo

- a. Se organizarán grupos de trabajo, a los que se les asignará la presentación de un caso práctico relacionado a un tema específico.
- b. Se debe tomar en cuenta la creatividad, fluidez, y coherencia, y mantener la atención de la clase. Tiempo de exposición 30 minutos.

B. Resolución y análisis de Casos, prácticas, trabajos extraclase.

C. Trabajo de investigación

D. Uso del aula virtual como apoyo pedagógico

6 EVALUACION

Contenido	Calificación %
a) Trabajo en clase -Trabajo de casos prácticos	

-Trabajo en elaboración de Plan Estratégico	15%
b) Tareas	5% (2,5% cada una)
c) Participación en Foros Aula Virtual	5% (un foro)
d) Primera Evaluación Parcial	15%
e) Segunda Evaluación Parcial	15%
f) Exposiciones de caso práctico	10%
g) Análisis de Libro	15%
h) Entrega y Presentación de Trabajo de Investigación Final	20%
TOTAL	100%

NORMAS DE CLASE:

-El uso, en el aula, del teléfono celular durante el transcurso de la clase no está permitido.

-Tampoco el uso de computadora personal, sin previa autorización de la profesora.

-La presentación tardía de tareas y asignaciones implica que el estudiante/grupo obtendrá una calificación menor a la que ha sido indicada en la evaluación del curso.

8. BIBLIOGRAFIA BASICA

Chiaveanato Idalberto. (2011). Planeación Estratégica. Fundamentos y Aplicaciones. Segunda Edición. McGraw Hill.

HILL, Charles et al (1996). Administración estratégica. Un enfoque integrado. Colombia: McGraw-Hill.

MIDEPLAN. Plan Nacional de Desarrollo. 2015-2018 .San Jose: CR.

MINTZBERG, Henry et al (1993). El proceso estratégico. México: Prentice-Hall.

9 BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTARIA

Hax, Arnoldo y Majluf, Nicolás. Gestión de empresa con una visión estratégica. Santiago : Ediciones Dolmen, 1993. Capítulo 1. "El concepto de estrategia y el proceso de formación de la estrategia". pp. 19-31.

OHMAE, Keniche (1989). La mente del estratega.México: McGraw Hill.

SCOTT, Cyntia D. (1997). Visión, Valores Y Misión Organizacionales. México: Grupo Editorial Iberoamérica.

Nota: es importante destacar que los libros de referencia son para ubicación del estudiante, sin embargo es valioso consultar otras fuentes. Además, cada equipo de trabajo que se forme, debe crear diversas actividades, ejercicios, dinámicas y aplicar la creatividad en los temas asignados de investigación y exposición.