



VERDAD, BELLEZA, PROBIIDAD



**Facultad de
Comercio y
Administración
Victoria**

IMPLEMENTACIÓN ESTRATÉGICA

PROGRAMA EDUCATIVO:	Maestría en Dirección Empresarial
MODALIDAD:	Presencial
MODELO DE FORMACIÓN:	Competencias
TIPO:	Único
PERIODO	4to Cuatrimestre
LUGAR	Aulas de Posgrado de la FCAV
CRÉDITOS	5 (Cinco)
HORAS	32 Horas

OBJETIVO GENERAL

Los estudiantes al término de esta materia tendrán los conocimientos para elaborar un plan estratégico, que le permitan desarrollar planes de acción con sus equipos de trabajo y poner en práctica aquellas herramientas que faciliten su gestión directiva.

Desarrollar habilidades para elaborar un plan estratégico integral, que permita guiar las acciones de una organización hacia el logro de sus objetivos. Además, capacitar a los estudiantes para liderar equipos de trabajo en la implementación efectiva de dicho plan, así como para aplicar herramientas de gestión directiva que promuevan el éxito empresarial en un entorno competitivo y cambiante.

Competencias

Competencia previa	Resultado esperado
Habilidad para analizar el entorno empresarial y evaluar factores internos y externos que afectan la implementación estratégica.	Capacidad para liderar procesos de implementación estratégica en organizaciones.
Comprensión de los conceptos fundamentales de gestión empresarial y estrategia organizacional.	Habilidad para identificar y gestionar los riesgos asociados con la implementación de estrategias empresariales.
Capacidad para diseñar planes y estrategias efectivas para la ejecución de objetivos organizacionales.	Capacidad para comunicar efectivamente los planes estratégicos y movilizar equipos para su ejecución.

PROGRAMA DE LA ASIGNATURA

UNIDAD 1. INTRODUCCIÓN A LA ESTRATEGIA CORPORATIVA

- 1.1 Ventaja competitiva
- 1.2 La ventaja competitiva y los recursos de la empresa
- 1.3 El crecimiento corporativo vs flexibilidad organizacional
- 1.4 Definición de la industria
- 1.5 Crecimiento estratégico de la empresa: Integración vertical y diversificación

UNIDAD 2. ÉTICA, SUSTENTABILIDAD AMBIENTAL Y ESTRATEGIA

- 2.1 Estrategia ética
- 2.2 Responsabilidad social corporativa
- 2.3 Sustentabilidad ambiental y la estrategia

UNIDAD 3. ESTRATEGIAS PARA COMPETIR EN MERCADOS INTERNACIONALES

- 3.1 Competencia en mercados extranjeros
- 3.2 Formas de entrada al mercado internacional
- 3.3 Estrategias Internacionales

UNIDAD 4. ESTRUCTURA PARA LA EJECUCIÓN DE LA ESTRATEGIA

- 4.1 Proceso de implementación de la estrategia
- 4.2 Estructura organizativa: Funcional, divisional, por producto, por área geográfica matricial
- 4.3 Adquisición y desarrollo de capacidades claves
- 4.4 Alineación de estrategia y estructura

UNIDAD 5. CULTURA CORPORATIVA Y LIDERAZGO

- 5.1 Cultura corporativa y ejecución de la estrategia
- 5.2 Desarrollo organizacional
- 5.3 Cambio y reingeniería organizacional

UNIDAD 6. EMPRENDIMIENTO ESTRATÉGICO

- 6.1 Emprendimiento corporativo estratégico
- 6.2 Innovación interna y abierta

EVALUACIÓN

ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

El estudiante demostrará que ha alcanzado los resultados del aprendizaje mediante las siguientes actividades de evaluación:

ACTIVIDAD	PUNTAJE ASIGNADO
Ensayos: participación ejecutiva (oral y escrita)	25 %
Casos y trabajos en clase	30 %
Exámenes Teóricos	20 %
Portafolio Final	35 %
Total	100 %

METODOLOGIA GENERAL

El catedrático presentará detalladamente las actividades programadas para cada sesión, tanto en el aula como fuera de ella. En las clases presenciales, se realizará una explicación exhaustiva de los contenidos del curso, brindando a los estudiantes una comprensión profunda de los temas clave en el ámbito de la implementación de estrategias empresariales. Además, se llevarán a cabo controles de lectura para evaluar la asimilación de los materiales asignados, junto con ejercicios de autoevaluación para reforzar el aprendizaje y permitir a los estudiantes monitorear su progreso. Se brindará la oportunidad para que los alumnos realicen exposiciones sobre temas específicos relacionados con la implementación estratégica, fomentando así la participación y el intercambio de conocimientos entre los compañeros de clase.

BIBLIOGRAFÍA

- Bourgeois, L. J., & Brodwin, D. R. (1984). Strategic implementation: Five approaches to an elusive phenomenon. *Strategic Management Journal*, 5(3), 241-264.
- Hitt, M., Ireland, D., & Hoskinson, R. (2015). Administración estratégica; Competitividad y conceptos de globalización. México: International Thomson Editores.
- Kaplan, R. & Norton, D. (2005). The Balanced Scorecard: Translating strategy into action. USA: Harvard Business School Press.
- Niven, P. (2006) Balanced Scorecard Step-By-Step: Maximizing Performance and Maintaining Results. USA: Wiley.
- Mišanková, M., & Kočíšová, K. (2014). Strategic implementation as a part of strategic management. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 110, 861-870.
- Porter, M. (2015). Ventaja Competitiva, creación y sostenimiento de un desempeño superior. México: CECSA.
- Pryor, M. G., Anderson, D., Toombs, L. A., & Humphreys, J. H. (2007). Strategic implementation as a core competency: The 5P's model. *Journal of management Research*, 7(1), 3-17.
- Thompson, A., Strickland, A. & Gamble, J. (2015). Administración estratégica: Teoría y casos. McGraw Hill.