

PROGRAMA

Nombre de la materia:	Planeación y Prospectiva
Semestre:	8
Requisitos:	
Créditos:	4
Horas/semana:	5

INTRODUCCION

El curso está enfocado a comprender los procesos de planeación que realizan las organizaciones para hacer frente a la competencia de manera exitosa. Los conceptos de competitividad y estrategia representan la parte fundamental bajo la cual se construye el curso, utilizando una plantilla metodológica que se va completando durante el semestre a medida que el alumno va estudiando los diferentes conceptos de la materia.

El estudio de diferentes casos de empresas, tanto exitosos como no exitosos, son parte fundamental del proceso de enseñanza y aprendizaje, ya que son el mecanismo de ilustración de las diversas situaciones competitivas empresariales a nivel nacional e internacional.

VINCULACION DEL CURSO CON OTRAS MATERIAS

El curso se relaciona con las áreas financieras y operativas, principalmente con finanzas y administración de operaciones. En ambos casos son instrumentos para la realización de algunas partes del proceso de planeación estratégica de las organizaciones.

PROPÓSITO GENERAL

El alumno elaborará un proceso de planeación estratégica para una organización con la finalidad de aplicar los conceptos aprendidos en la clase. Dicho proceso debe contener todas las secciones que se hacen a nivel de estrategia y de prospección para hacer frente a la competencia nacional e internacional, tomando como base las oportunidades que ofrece el mercado y reduciendo las deficiencias que la organización pueda tener.

De la misma forma, el estudiante establecerá los sistemas de control de esa planeación a través de las herramientas disponibles para ello.

CONTENIDO TEMATICO

Unidad1. Del proceso de planear a la planeación estratégica.

Objetivo: El alumno comprenderá el rol que juega la alta dirección, su poder el manejo de la misión y visión como fundamento de la razón de ser de una empresa, visualizará el impacto estratégico de la estructura organizacional y su impacto en los resultados.

1.1 Conceptos generales, importancia y beneficios de la planeación estratégica

1.2 Proceso de planeación estratégica

1.2.1 Misión

1.2.1 Visión, valores

1.2.3 Definición de objetivos estratégicos

1.3 Dirección estratégica

1.4 Impacto de la planeación estratégica y la necesidad de escenarios de prospección

Unidad 2. La Organización: conformación y problemáticas.

Objetivo: El alumno desarrollará habilidades de detección de estrategias dependiendo de los escenarios expuestos y las oportunidades y amenazas reales, valorará la obsolescencia de las estrategias.

2.1 Tipos de organización y su correlación con la administración estratégica.

2.2 Modelo de la cadena de valor y la optimización de la empresa.

2.3. Diagnóstico del entorno. Análisis situacional y competitivo

2.4. Modelos de manejo estratégico.

2.4.1. Modelo de estrategias funcionales de Mintzberg.

2.4.2. Modelo de análisis estratégico.

2.4.3 Modelado de estrategias y escenarios.

Unidad 3. Selección e implementación de estrategias.

Objetivo: El alumno desarrollará habilidades de detección de estrategias dependiendo de los escenarios expuestos y las oportunidades y amenazas reales, valorará la obsolescencia de las estrategias.

3.1. Estrategias para competir en industrias embriónicas, maduras y en declive

3.2 Estrategias para competir en industrias líderes, fragmentadas y débiles

3.3 Estrategias de integración, intensivas y de diversificación

3.4 Estrategias para competir en mercados internacionales

3.5 El marco e implementación de la estrategia

Unidad 4. Evaluación y control de la estrategia

Objetivo: El alumno definirá, comprenderá, elaborará y evaluará un modelo de planeación estratégica mediante guías que faciliten los ajustes oportunos y necesarios.

4.1 Diseño de sistemas de control estratégico

4.2. Evaluar el sistema de planeación

4.3 Detección de áreas de oportunidad

4.4 Retroalimentación del sistema

Unidad 5. Creación de escenarios: Aplicación de la prospectiva

Objetivo: El estudiante aprenderá a crear escenarios a partir de información secundaria y opiniones de expertos con el fin de dar a las organizaciones la oportunidad de planear con horizontes e información más definida.

5.1 Escenarios probabilísticos.

5.2 Escenarios de selección de estrategia.

5.3 Otros métodos de generación.

ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA APRENDIZAJE

Estrategias:

- Aplicación de la metodología a un proyecto organizacional, público o privado.
- Investigación en fuentes secundarias de los datos requeridos en el proyecto.
- Lecturas básicas del libro de texto y complementarias de noticias sobre movimientos estratégicos de empresas actuales.

PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN

Evaluación: 2 exámenes parciales (60%). Un proyecto final integrador (40%).

Los parciales se componen de la siguiente manera: 60% calificación del examen, 20% reportes de avances de proyecto, 10% reportes sobre las noticias de seguimiento de la empresa seleccionada, 10% exposición de temas en clase.

BIBLIOGRAFIA

- Garcia Sanchez, Estela. (2012). *Planeacion estrategica: Teoría y práctica*. Editorial Trillas
- Torres Hernandez, Zacarias. (2014) *Administración estratégica*. Editorial Patria.
- Chiavenato, Idalberto. (2017). *Planeación estratégica*. Mc Graw Hill.
- Hitt, M.A.; Ireland, R.D. y Hoslinsson, R.E. (2004). *Administración estratégica*. México: Thomson.
- Johnson, G. y Scholes, K. (2006). *Dirección estratégica*. Madrid: Prentice Hall.
- Mintzberg, H. Quinn, J.B. y Voyer, J. (1997). *El proceso estratégico: conceptos, contextos y casos*. México: Prentice Hall.
- Pearce, J.A. y Robinson, R.B. (2008). *Strategic management*. New York: McGraw-Hill.
- David, F.R. (2005). *Strategic management*. New York: Prentice Hall.
- Fleisher, C.S. y Bensoussan, B.E. (2003). *Strategic and competitive analysis*. New Jersey: Prentice Hall.

Fuentes de información complementaria:

El financiero, periódico.

El economista, periódico.

M.C. Diter Arredondo Longoria

Licenciado en Economía por la Facultad de Economía de la Universidad Autónoma de Coahuila (1997) con Maestría en Economía de la Empresa por la misma universidad (2001). Profesionalmente, se ha desempeñado principalmente en dos áreas, 1) la docencia en niveles de licenciatura y maestría, impartiendo materias relacionadas con la economía, administración, finanzas así como formulación y evaluación de proyectos y consultoría empresarial y, 2) el área empresarial.

La primera de ellas lo ha ayudado a mantenerse actualizado y activo en cuanto a los conocimientos adquiridos académicamente y la segunda lo ha impulsado a contrastar la teoría con la realidad así como a encontrar una aplicación práctica a los conocimientos teóricos e inclusive a generar conocimiento nuevo (aprender haciendo).

En este proceso, el área empresarial lo ha preparado en dos vertientes, la formulación y evaluación de proyectos (planes de negocios y viabilidad de proyectos) y la consultoría empresarial. Esta última le ha permitido aprender la aplicación práctica de modelos para la identificación de áreas de oportunidad a través de herramientas estadísticas y de control de calidad, así como el diseño e implementación de mejoras dentro de un periodo de tiempo (modelo japonés JICA), principalmente en la aplicación de disciplinas, desarrollo de habilidades, reducción de costos, incremento de la productividad y control de calidad, áreas fundamentales en empresas de clase mundial.

Recientemente ha recibido capacitación en el uso de herramientas para el control y medición de la calidad, solución de problemas de forma organizada, administración de la cadena de valor y logística y anteriormente obtuvo certificaciones como técnico y consultor por ocho dependencias federales.