



PROGRAMA DE ESTUDIO

I. IDENTIFICACIÓN

Carrera	: Licenciatura en Turismo	CARGA HORARIA (Horas reloj)	
Asignatura	: Estrategia Empresarial	Carga Horaria Semestral	50
Semestre	: Noveno	Carga Horaria Semanal	5
Código	: 3193	Clases teóricas	25
Área	: Profesional	Clases prácticas	25
Pre-requisitos	: Ninguno	Laboratorio	-
		Otro (especificar)	-

II. FUNDAMENTACIÓN

La esencia de una “Estrategia Empresarial” se concentra en el concepto del Marketing, que a su vez es la función de toda empresa u organización con o sin fines de lucro.

Tradicionalmente se analiza a la estrategia como un Plan a largo plazo, que son amplias y que abarca la totalidad de las funciones de la organización. Actualmente se discute esta concepción llegando algunos especialistas a describirlos como una consecuencia de las tácticas utilizadas en búsqueda de alcanzarlos objetivos y metas previstas en el mismo “Plan de Estrategia”.

Trazar una estrategia implica monitorear y controlar el cambiante mundo: consumidores, canales, competidores y nuestra propia compañía.

Estrategia Empresarial, proveerá al alumno las herramientas necesarias para afrontar situaciones que por lo general nos toman de sorpresa y eliminar las improvisaciones tan comunes en las organizaciones tradicionales.

Ayudará a conocer no solamente el arte de satisfacer sino también “como deleitar al cliente”, ya que ellos representan la razón de vida de toda organización o personas involucradas en la creación de bienes o servicios.

En la actualidad las empresas no podrán sobre vivir por el simple hecho de realizar un buen trabajo. Para tener éxito en los mercados locales y extranjeros que se caracterizan por un crecimiento y una fuerte competencia deben realizar una excelente labor de mercadotecnia.

El Objetivo de esta materia es proveer al alumno conocimientos para actuar eficientemente en coherencia con las misiones, objetivos y recursos de la organización, y las cambiantes oportunidades del mercado, modelando y remodelando los negocios y productos existentes, alcanzando el nivel óptimo deseado de rentabilidad para beneficio suyo y de su empresa.

III. OBJETIVOS GENERALES DE LA ASIGNATURA

- Aplicar estrategias para la administración, gerenciamiento y dirección de empresas turísticas, públicas o privadas, nacionales o extranjeras que desarrollan actividades directa o indirectamente relacionadas al turismo.
- Gestionar recursos financieros del estado y empresas turísticas privadas.
- Desarrollar un espíritu emprendedor.

IV. COMPETENCIAS

Al término del semestre, el alumno será capaz de:

- Conocer los paradigmas empresariales.
- Conocer las claves para el éxito empresarial.
- Reconocer la importancia de la administración estratégica en el desarrollo de una empresa.
- Identificar los tipos de estrategias empresariales.
- Valorar la Planificación Estratégica como medio de desarrollo empresarial a largo, mediano y corto plazo.
- Identificar los factores internos y del entorno de la Empresa Turística.
- Aplicar la metodología de la Planificación Sistemática con FODA en Empresas Turísticas.

MISIÓN

Formar en valores, ciencias y técnicas para responder a los desafíos socioambientales, a través de la investigación docencia y extensión.

VISIÓN

Centro de formación tecnológica y científica con prestigio nacional e internacional.



- Reconocer la importancia de la evaluación de las estrategias para la retroalimentación durante la implantación.
- Conocer los atributos del Management estratégico.

V. CONTENIDOS

Unidad I - Paradigmas Empresariales

- 1.1- Generalidades.
- 1.2- Empresa.
 - 1.2.1- Definición.
 - 1.2.2- Claves para el éxito empresarial.
 - 1.2.3- Anticipación, innovación y excelencia.
- 1.3- Caso de Estudio: “Reloj Suizo”
- 1.4- Paradigmas.
 - 1.4.1- Definición.
 - 1.4.2- Ejemplos de Paradigmas Empresariales.
 - 1.4.3- Modificadores de Paradigmas Empresariales
- 1.5- El cambio y el pensamiento estratégico.
 - 1.5.1- Modelo de cambio positivo.
 - 1.5.2- El proceso del cambio.
 - 1.5.3- Cambios organizacionales.
 - 1.5.4- El modelo de las 7 “S”.
 - 1.5.5- Actitudes frente a los cambios.
 - 1.5.6- Resistencia al cambio.

Unidad II - Administración Estratégica

- 2.1- Administración Estratégica.
 - 2.1.1- Definición.
 - 2.1.2- Etapas.
- 2.2- Términos claves de la Administración Estratégica.
 - 2.2.1- Modelo general de la Administración Estratégica.
- 2.3- Sistema.
 - 2.3.1- Definición
 - 2.3.2- Características.
 - 2.3.3- Sistema abierto y cerrado.

Unidad III - Estrategias Empresariales

- 3.3- Estrategia.
 - 3.3.1- Definición.
 - 3.3.2- Tipos.
 - 3.3.3- Estrategias de Integración. Definición. Ejemplos.
 - 3.3.4- Estrategias Intensivas. Definición. Ejemplos.
 - 3.3.5- Estrategias de Diversificación. Definición. Ejemplo.
 - 3.3.6- Estrategias Defensivas. Definición. Ejemplos.
 - 3.3.7- Estrategias Genéricas de Michael Porter

Unidad IV- El Proceso de Planificación Estratégica en la Empresa

- 4.1- Planificación
 - 4.1.1- Definición
 - 4.1.2- Niveles de Planificación
- 4.2- Planificación Estratégica.
 - 4.2.1- Definición.
 - 4.2.2- Niveles de Planificación.
- 4.3- Planificación Estratégica.
 - 4.3.1- Definición
 - 4.3.2- Características.
 - 4.3.3- Diferencia entre la Planificación Tradicional y Estratégica.
 - 4.3.4- La Planificación Estratégica como modelo de cambio.

Unidad V- Formulación de la Planificación Estratégica

- 5.1- Misión.

MISIÓN

Formar en valores, ciencias y técnicas para responder a los desafíos socioambientales, a través de la investigación docencia y extensión.

VISIÓN

Centro de formación tecnológica y científica con prestigio nacional e internacional.



- 5.1.1- Definición.
- 5.1.2- Elementos para la declaración de la Misión.
- 5.1.3- Ejemplos de Misión de negocios.
- 5.2- Visión de negocios.
- 5.2.1- Definición.
- 5.2.2- Declaración de la visión de la empresa.
- 5.2.3- Ejemplos de visión empresarial.
- 5.3- Análisis externo de la Empresa.
- 5.3.1- Variables económicas, sociales, culturales, demográficas y ambientales.
- 5.3.2- Identificación de Oportunidades y Amenazas.
- 5.3.3- Ejemplos de visión empresarial.
- 5.4- Escenario Futuro.
- 5.4.1- Definición.
- 5.4.2- Declaración del escenario futuro.
- 5.4.3- Análisis de tendencias.
- 5.5- Análisis interno de la Empresa.
- 5.5.1- Identificación de Fortalezas y Debilidades.
- 5.5.2- Formulación de Objetivos.
- 5.5.3- Formulación de Metas.
- 5.5.4- Formulación de Políticas.
- 5.5.6- Formulación de Estrategias

Unidad VI - Elaboración del Plan Estratégico de la Empresa

- 6.1- La metodología de la Planificación Sistémica con FODA. Objetivos de la Planificación Sistémica con FODA.
- 6.2- Pasos.
- 6.2.1- Definición de la Misión y Visión Empresarial.
- 6.2.2- Identificación de factores internos y externo (FODA).
- 6.2.3- Reducción y selección de factores.
- 6.2.4- Neutralización de factores.
- 6.2.5- Matriz de influencias de factores.
- 6.2.6- Estructura de Efectos.
- 6.2.7- Esquema Axial.
- 6.2.8- Interpretación de Cuadrantes.
- 6.2.9- Matriz FODA
- 6.2.10- Matriz del Plan Operativo.

Unidad VII- Formato de Presentación del Plan Estratégico

- 7.1- Modelo de un Plan Básico de una Empresa.

Unidad VIII - Implantación de las estrategias

- 8.1- Deficiencias de la Planeación Estratégica. Consideraciones.
- 8.2- Implantación exitosa de las estrategias. Recomendaciones.
- 8.3- Integración de Estrategias y Cultura.
- 8.4- Management estratégico. Definición. Características. Componentes esenciales.
- 8.5- Trabajo en Equipo. Reglas. Principios. Elementos claves.
- 8.6- Liderazgo. Definición. Estilos. Requerimientos para ser líderes. Diferencias entre líderes y no líderes.

VI. METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA

Las competencias se adquirirán preferentemente a través de:

- Clases magistrales en aula.
- Trabajos grupales en aula.
- Actividades comunicativas entre docente-alumno y alumno-alumno.

VII. METODOLOGÍA DE EVALUACIÓN

El sistema de evaluación se realizará conforme a lo establecido en el reglamento vigente de la Facultad.

MISIÓN

Formar en valores, ciencias y técnicas para responder a los desafíos socioambientales, a través de la investigación docencia y extensión.

VISIÓN

Centro de formación tecnológica y científica con prestigio nacional e internacional.



VIII. BIBLIOGRAFÍA

Básicas:

- ACOSTA Alberto Jorge, FERNÁNDEZ Nuria, MOLLÓN Marta. **“Recursos Humanos en Empresas de Turismo y Hostelería”**. pearson educación, S.A. Madrid, 2.002. 296 p.
- ANDREU R., RICART J. E. Y VALOR. **“La Organización en la era de la Información. Aprendizaje, Innovación y Cambio”**. Mc Graw Hill Hispanoamericana”. Madrid, 1.997. 378 p.
- ANSOF H.I., DECLRECK R.P. Y HAYES R.L. **“El Planteamiento Estratégico. Nueva Tendencia de la Administración”**. 2 ed. México, TRILLAS, 1.991. 284 p.
- DAVID, FRED R. Conceptos De Administración Estratégica. 5 ed. **“Traducido del inglés al español por Pilar Mascaró Sacristán. Prentice-Hallispanoamericana”**. México, 1.997. 355 p.
- KUCZMARSKI, Thomas D. **“Innovación Estrategias de Liderazgo para Mercados de Alta Competencia”**. Mc Graw Hill. Colombia, 1.997. 213 p.
- L y M Asesoría Empresarial. **Leader Management Para Quienes Deciden**. Compilación de más de 100 artículos de la revista. Asunción, Paraguay, 2.000. 500 p.
- LARIS CASILLAS Francisco Javier. **“Estrategias Para la Planeación y el control empresarial”**. 3 ed. méxico, trillas, 1.991. 347 p.
- Paraguay. MAG-GTZ. **“Proyecto Enaprena. Capacitación en Planificación Sistémica”**. Asunción. 1.998. 50 p.
- SACHSE Maatthias. **“Planeación Estratégica en Empresas Públicas”**, México, TRILLAS, 1.996. 224 p.

MISIÓN

Formar en valores, ciencias y técnicas para responder a los desafíos socioambientales, a través de la investigación docencia y extensión.

VISIÓN

Centro de formación tecnológica y científica con prestigio nacional e internacional.