

UNIVERSIDAD INTERAMERICANA DE PUERTO RICO
RECINTO DE GUAYAMA
BACHILLERATO EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS EN DESARROLLO
EMPRESARIAL Y GERENCIAL

PRONTUARIO

- I. TÍTULO DEL CURSO : Estrategias Empresariales y Gerenciales
- Código y Número : EMPO (ENTR) 3900
- Créditos : Tres (3)

II. DESCRIPCIÓN

Evaluación de las estrategias empresariales y gerenciales. Énfasis en el uso de programas de simulación y estudio de casos. Utilización de métodos computadorizados. Requisitos: BADM 2250 y 3900, ENTR 2200 y MKTG 1210.

III. OBJETIVOS TERMINALES Y CAPACITANTES

Al finalizar el curso el o la estudiante deberá:

1. Reconocer la naturaleza de las estrategias empresariales y gerenciales
 - 1.1 Describir el proceso de gerencia estratégica
 - 1.2 Definir y ofrecer ejemplos de los términos importantes en la gerencia estratégica
 - 1.3 Discutir la naturaleza de la formulación de estrategias
 - 1.4 Explicar los beneficios de buenas estrategias gerenciales
 - 1.5 Explicar la importancia de la ética y los retos de la responsabilidad social en la estrategia gerencial
 - 1.6 Analizar las leyes que aplican a las organizaciones y la responsabilidad en la toma de decisiones
2. Identificar las diversas estrategias que pueden formular las organizaciones
 - 2.1 Identificar ejemplos de las diversas estrategias adoptadas por varias organizaciones
 - 2.2 Describir las estrategias gerenciales para las organizaciones sin fines de lucro, el gobierno y los pequeños negocios
 - 2.3 Describir la naturaleza y el papel que juega la declaración de misión en la gerencia estratégica
 - 2.4 Discutir la importancia de la declaración de misión e identificar sus partes
 - 2.5 Examinar las declaraciones de misión de diversas organizaciones

- 2.6 Redactar una declaración de misión
 - 2.7 Describir cómo conducir una auditoria externa de gerencia estratégica

 - 2.8 Discutir las diez fuerzas externas que afectan a la organización: economía, social, cultural, demografía, ambiente, política, gobierno, legal, tecnología y competitividad
 - 2.9 Discutir la importancia de las herramientas utilizadas para hacer proyecciones en la gerencia estratégica
 - 2.10 Discutir la importancia de examinar las tendencias y las actividades externas
 - 2.11 Describir cómo llevar a cabo una auditoria interna de la estrategia gerencial y empresarial
 - 2.12 Identificar las funciones básicas o las actividades que comprende la gerencia, el mercadeo, finanzas/contabilidad, producción/operación, investigación/desarrollo y sistemas de información computadorizada
 - 2.13 Explicar cómo determinar y establecer prioridades de las fortalezas y debilidades de la organización
 - 2.14 Discutir la naturaleza y el rol de los sistemas de información computadorizados en la estrategia gerencial y empresarial
 - 2.15 Discutir el rol de la cultura organizacional en el análisis y selección de las estrategias
3. Demostrar cómo implantar las estrategias empresariales y gerenciales
- 3.1 Discutir la importancia de los objetivos y políticas anuales en el logro del compromiso organizacional para la implantación de las estrategias
 - 3.2 Explicar la importancia de la estructura organizacional en la implantación de las estrategias
 - 3.3 Describir la relación entre las operaciones de la producción y la implantación de las estrategias
 - 3.4 Explicar cómo las organizaciones pueden relacionar el desempeño y la paga a las estrategias
 - 3.5 Describir cómo modificar la cultura organizacional para apoyar las estrategias
 - 3.6 Explicar la segmentación de mercado y el posicionamiento del producto como herramientas para implantar las estrategias
 - 3.7 Discutir los procedimientos para determinar el valor de la organización
 - 3.8 Discutir la naturaleza y el rol de la investigación y el desarrollo en la implantación de las estrategias
 - 3.9 Explicar cómo los sistemas de información computadorizada pueden determinar el éxito de las estrategias implantadas

4. Describir cómo se pueden evaluar las estrategias adoptadas por la organización
 - 4.1 Describir un marco de referencia práctico para evaluar las estrategias
 - 4.2 Explicar porqué la evaluación de las estrategias es complejo, sensitivo y esencial para el éxito de la organización
 - 4.3 Discutir la importancia de los planes de contingencia en la evaluación de las estrategias
 - 4.4 Discutir el rol de la auditoría en la evaluación de las estrategias
 - 4.5 Explicar cómo las computadoras pueden ayudar en la evaluación de las estrategias.
 - 4.6 Describir el efecto de la economía y los competidores globales en la gerencia estratégica
 - 4.7 Discutir la naturaleza y las implicaciones de las estrategias en la diversidad de cultura alrededor del mundo
 - 4.8 Proveer lineamientos para las organizaciones que deseen iniciar, continuar y expandir sus operaciones internacionalmente

5. Analizar cómo los sistemas de información computadorizada pueden determinar el éxito de las estrategias implantadas.
 - 5.1 Discutir la naturaleza y el rol de los sistemas de información computadorizada en la estrategia gerencial y empresarial.
 - 5.2 Utilizar los recursos tecnológicos para facilitar los procesos gerenciales y empresariales.

IV. CONTENIDO

A. Proceso Estratégico Empresarial

1. Definición de estrategia
2. Componentes de la estrategia
3. Gerentes estratégicos
4. Sistema de información estratégico
5. Planificación estratégica
6. Niveles de la estrategia

B. Desarrollo del Empresarismo Corporativo

1. Naturaleza del Intraempresarismo
2. Elementos de la estrategia del Intraempresarista
3. Proceso interactivo del Intraempresarismo

- C. Formulación de la estrategia
 - 1. Análisis del ambiente empresarial
 - 2. Identificación de oportunidades y amenaza
 - 3. Identificación de las fortalezas, debilidades y competencias distintivas

- D. Perspectiva Empresarial y cultural
 - 1. Entendiendo a los individuos
 - 2. Motivación del empresarismo

- E. Desarrollo de la creatividad y entendimiento de la creatividad
 - 1. La innovación del empresario
 - 2. El rol de la creatividad
 - 3. El proceso de innovación

- F. Desarrollo del plan empresarial
 - 1. Visión macro de la industria
 - 2. Visión micro de la comunidad

- G. Investigación de mercado
 - 1. Desarrollo de la investigación de mercado
 - 2. Etapas de mercadeo para crecimiento
 - 3. Plan de mercado

- H. Implementación de la estrategia
 - 1. Diseño de la estructura organizacional
 - 2. Sistema de integración y control

- I. Ética y retos de la responsabilidad social del empresario
 - 1. La ética y las leyes
 - 2. Establecer la estrategia de responsabilidad ética
 - 3. Decisiones de negocios éticos
 - 4. Liderazgo ético

- J. Utilización de sistemas de información computadorizada para el desarrollo de estrategias empresariales
 - 1. Uso del Internet
 - 2. Programas de simulación
 - 3. Estudio de casos

V ACTIVIDADES

- A. Recursos profesionales
- B. Videos
- C. Lecturas suplementarias
- D. Transparencias, "PowerPoint"
- E. Trabajos en equipos
- F. Conferencias ilustradas
- G. Estudios independientes
- H. Debates
- I. Discusión formal dirigida
- J. Informes orales
- K. Investigaciones
- L. Organizadores gráficos
- M. Visitas a negocios y empresas

ACTIVIDADES DE AVALÚO

- A. Rúbrica
- B. Diario Reflexivo
- C. Pruebas de ejecución
- D. Auto-evaluación
- E. "One minute paper"
- F. Producción de portafolio
- G. Aprendizaje cooperativo
- H. Resumir en una oración
- I. Resumir en una palabra
- K. Aplicación inductiva de los conceptos y trabajos de práctica y la solución de situaciones de la vida real
- L. Aplicación inductiva de los conceptos de la pareja
- M. Reflexiones semanales sobre el proceso de la enseñanza
- N. Trabajos en equipos
- O. Evaluación de los pares
- P. Identificación de metas personales y expectativas
- Q. Torbellino de ideas, desempeño de roles, simulaciones

VI. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

- | | | |
|----|---|-----|
| A. | Exámenes formales | 50% |
| B. | Examen final | 20% |
| C. | Nota miscelánea
(Pruebas cortas, proyectos de investigación,
portafolio, diario reflexivo, análisis de artículos,
búsqueda en Internet, informes orales) | 30% |

VII. RECURSOS EDUCATIVOS

A. Libro de Texto

Dollinger, M. (2003) *Entrepreneurship: Strategies and resources*, (3rd Ed.). New Jersey: Prentice Hall.

B. Lecturas Suplementarias

1. *Business Week*
2. *Management Review*

C. Películas

“In Search of Excellence”

D. Recursos electrónicos

Biography Resource Center <http://galenet.galegroup.com>

Conuco <http://cuwww.upr.clu.edu/conuco>

Eric: <http://nisc.com>

Infotrac <http://www.infotrac.galegroup.com/itweb/aguadilla>

Notiaccess <http://www.notiaccess.com>

Proquest: <http://www.proquest.com/pqdauto>

VIII. BIBLIOGRAFIA

Libros

Adelman, P.J., & Marks, A. (2004). *Entrepreneurial finance for small business*, (3rd Ed.). New Jersey: Prentice Hall.

Calvin, R.J. (2005). *Entrepreneurial management*. (1st Ed.) Illinois: McGraw Hill.

Dess, G.G., & Lumphin, G.T. (2003). *Strategic management: Creating competitive Advantage*. (1st Ed.). Illinois: McGraw Hill.

Hisrich, R., Peters, M., & Shepherd, D. (2005). *Entrepreneurship with OLC*. (6th Ed.). Illinois: McGraw Hill.

Kuratko, D., & Hodgetts, R.M. *Entrepreneurship: Theory, process and practice*. (6th Ed.). Ohio: South Western.

Lambing, P., & Kuehl, C. (2003) *Entrepreneurship*. (3rd Ed.). New Jersey: Prentice Hall.

Rogers, S. (2003). *The Entrepreneurship guide to finance and business: Wealth question techniques for growing a business*. (1st Ed.) Illinois: McGraw Hill.

Timmons, J. A., Zacharakis, A. & Spinelli, S. (2004). *Business plans that work* (1st Ed.) Illinois: McGraw Hill.

B. Revistas:

Caribbean Business
Harvard Business Review

C. Recursos Electrónicos

Microjuris <http://www.microjuris.com>
Strategic Management Journal (e-journal)
<http://www3.interscience.wiley.com/cgi-bin/jtoc?ID=2144>
Strategic Pure and Simple II
<http://www.netlibrary.com/summary.asp?ID=6929>
E-Journals
<http://er.library.northwestern.edu/newsite.html>