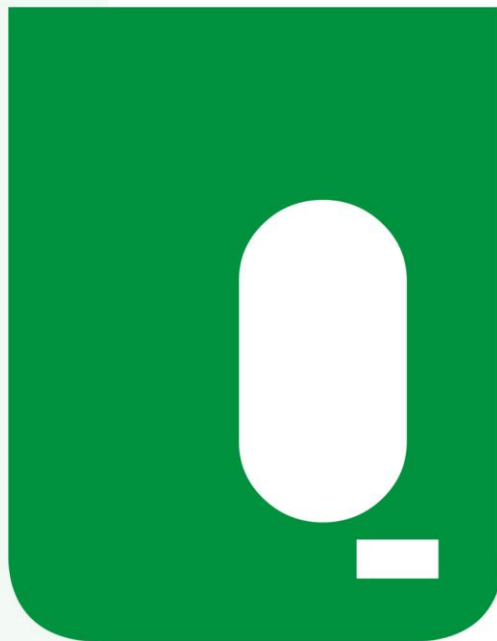


**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS
SEMINARIO EMPRESARIAL
MODALIDAD DISTANCIA**



**UNIVERSIDAD
DEL QUINDÍO**

2020-1

SEMINARIO EMPRESARIAL

- **FICHA TÉCNICA**

Número de créditos académicos: 2

HTP: 4

HTI: 6

Facultad que lo ofrece: Ciencias Económicas, Administrativas y Contables

Campo de formación: A.A.B.

Código: 131510702

Naturaleza del curso: Teórica

Habilitable: Si

Validable: Si

Homologable: Si

Semestre: VII

Prerrequisitos:

Periodo Académico: 2018 – 2

I. PRESENTACIÓN DEL CURSO

Este curso está diseñado para dar una visión general del panorama mundial de los negocios a través de la estrategia empresarial y el liderazgo. Proporciona conceptos e ideas para crear un grupo de herramientas para el gerente actual involucrando los procesos de estrategia y las habilidades gerenciales. Empezamos con la cuestión de cómo se puede crear valor y, lo que es más importante, cómo apropiarse de este en el mercado, lo que nos conducirá a la cuestión general de cómo se puede construir una ventaja competitiva en la empresa. El curso se centrará tanto en los nuevos conceptos que se han desarrollado alrededor de las nociones de estrategia para el liderazgo del mercado, como en las discusiones sobre las características que deben tener los líderes empresariales.

II. PROPÓSITO DE FORMACIÓN DE LA ASIGNATURA

El propósito del curso está encaminado a enfocar a los estudiantes a analizar los problemas de gestión de la empresa total en el ámbito nacional e internacional. El enfoque se centra en la estrategia competitiva de la empresa, examinando cuestiones centrales para su posición competitiva a largo y corto plazo. Los estudiantes estudiarán y analizarán los roles de los principales tomadores de decisiones resolviendo problemas relacionados con el desarrollo o mantenimiento de la ventaja competitiva de la empresa en un mercado determinado. Este

curso desarrolla una comprensión de los marcos estratégicos clave usando lecturas teóricas y discusiones basadas en casos.

III. OBJETIVO GENERAL

Desarrollar en el futuro profesional habilidades analíticas para comprender los temas estratégicos empresariales, los cuales se anclarán en los estudios de caso que contextualicen y enriquezcan su apreciación por los procesos, con la adopción del pensamiento y análisis estratégico.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar desde la perspectiva del liderazgo el papel del gerente en la gestión del cambio empresarial.
- Comprender las diferentes propuestas de valor que tienen las empresas a nivel mundial y como basan su estrategia alrededor de este concepto.
- Establecer la función de la estrategia en el desarrollo de la ventaja competitiva de la empresa
- Instruir a los Estudiantes de Administración de Negocios en temáticas fundamentales relacionadas con la función que desempeñan los líderes en la toma de decisiones de las organizaciones.
- Generar en el estudiante un pensamiento crítico acorde con los planteamientos estudiados sobre estrategia y liderazgo empresarial.

IV. ARTICULACIÓN DE LA ASIGNATURA

La asignatura permite la integración con las diferentes materias, así como en la formación del profesional en Administración de Negocios, también que integre sus conocimientos netamente académicos, en su formación personal y profesional que requiere desenvolverse en el mundo laboral actual.

V. JUSTIFICACIÓN

Seminario empresarial es un curso enfocado en las estrategias que las firmas usan para crear y mantener una ventaja competitiva. Las empresas, necesitan responder a los problemas en sus ambientes internos y externos, haciéndose necesario que sus estrategias abarquen los diferentes departamentos y funciones de la organización y las decisiones por parte de sus

gerentes estén enfocadas a crear valor para sus stakeholders a través de una ventaja competitiva. Por lo tanto, este curso está diseñado para incorporar el conocimiento y las habilidades gerenciales, teniendo como punto de referencia las decisiones estratégicas que han tomado las empresas exitosas al crear su estrategia corporativa, la herramienta que utilizan para crear valor a sus grupos de interés.

VI. COMPETENCIAS A DESARROLLAR EN LA ASIGNATURA

En cuanto al ser:

- Asumir un liderazgo para la toma de decisiones frente a los retos estratégicos que se afrontan en ámbitos nacionales e internacionales
- Fortalecer las competencias comunicativas, orales y escritas como estrategia básica del estilo directivo.
- Analizar los caminos estratégicos que toman las empresas para lograr una ventaja competitiva.

En cuanto al saber:

- Identificar los diferentes conceptos relacionados con la Estrategia para la ventaja competitiva
- Conocer las funciones de los gerentes y quienes toman decisiones dentro de las empresas
- Aplicar las estrategias administrativas para el liderazgo en el mercado

En cuanto al saber hacer:

- Identificar claramente los caminos que toman las empresas para lograr liderazgo en el mercado
- Plantea estrategias encaminadas a solucionar situaciones problemáticas dentro de la empresa.
- Propone críticamente soluciones a problemas enfocados al rumbo de la empresa

VII. METODOLOGÍA

Dimensiones Pedagógicas: A.H. Aprender a hacer, ya que la actividad promueve la adquisición de competencias y habilidades para que el estudiante de origen a su propia modelo de negocio personal; se utilizará una metodología teórico práctica, en donde gran parte de las actividades serán participativas. De igual forma, se retomará partes teóricas que generen la comprensión y entendimiento de cada uno de los temas.

VIII. NÚCLEOS PROBLÉMICOS

¿Qué es el liderazgo gerencial?

¿Qué es el liderazgo empresarial?

¿Qué es la propuesta de valor?

¿Cómo se desenvuelve la gestión del cambio?

¿Qué es la ventaja competitiva?

¿Qué es la estrategia para el liderazgo de la empresa?

IX. EJES TEMÁTICOS Y CONTENIDOS DE LA MATERIA

A continuación se presentan los contenidos de la asignatura, referenciados para cada encuentro tutorial y de los cuales podrá encontrar la información en los enlaces de la Webgrafía:

La política de Empresa en el campo de la Estrategia.	PRIMER ENCUENTRO TUTORIAL
	Introducción a la estrategia del mercado
	El concepto de valor para el cliente y para la empresa
	Liderazgo estratégico en el mercado
	Tendencias Globales y ventaja competitiva
	LECTURAS PRIMER ENCUENTRO TUTORIAL El estudiante debe consultar y preparar las lecturas antes del encuentro tutorial : Hamel, G., & Prahalad, C. K. (2005). Propósito estratégico. <i>Harvard Business Review-América Latina, Clásicos HBRLA</i> , 10-24.

	Disponible en : http://www.ucipfg.com/Repositorio/MAES/MAES-03/Unidad3/Proposito_Estrategico.pdf Chan, W., & Mauborgne, R. (2004). La estrategia del océano azul. Clásicos HBRAL-Estrategia. <i>Harvard Business Review América Latina</i>, 8. Ghemawat, P. & Rivkin, J. (1998). La creación de una ventaja competitiva. <i>Caso HBS</i>, (9-798), 062.
Análisis de la Industria y el pensamiento estratégico	SEGUNDO ENCUENTRO TUTORIAL
	Análisis de la Industria
	Creación y Apropiación de valor
	El núcleo estratégico empresarial
	LECTURAS SEGUNDO ENCUENTRO TUTORIAL El estudiante debe consultar y preparar las lecturas antes del encuentro tutorial : Ghemawat. P. (2000). La Estrategia en el Panorama del Negocio. <i>Editorial Pearson Educación, México</i>. Capítulo 2. Gimbert, X. (2009). El núcleo estratégico como modelo de gestión ante la complejidad. <i>Harvard Deusto business review</i>, (182), 37-48.
Liderazgo Estratégico	TERCER ENCUENTRO TUTORIAL
	Evolución del tema gerencial en la estrategia
	Influencia de la gerencia en las organizaciones
	El papel del líder en la gestión cambio organizacional
	LECTURAS TERCER ENCUENTRO TUTORIAL El estudiante debe consultar y preparar las lecturas antes del encuentro tutorial :

	Rivas & Londoño. Influencia de la alta gerencia: debates en el campo académico de la estrategia. Disponible en: http://www.asfae.cl/journalmbr/images/stories/pdf/2015Articulo_3.pdf Kotter, J. P. (2004). Liderar el cambio. <i>Gestión del Cambio</i>. Harvard Business Review. Deusto. Editorial Planeta. Buenos Aires. Agustine, N. R. (2004). Remodelar un sector. <i>Gestión del Cambio</i>. Harvard Business Review. Deusto. Editorial Planeta. Buenos Aires.
Desarrollo de Habilidades Gerenciales	
	CUARTO ENCUENTRO TUTORIAL
	Motivación de los demás
	Liderar el cambio positivo
	LECTURAS CUARTO ENCUENTRO TUTORIAL Whetten, D., & CAMERON, K. (2005). Desarrollo de habilidades gerenciales. Pearson Capítulos 6 y 10

X. TALLERES TUTORIALES

Para el primer encuentro tutorial el estudiante deberá:

1. Construir un ensayo de acuerdo al pensamiento de Hamel y Prahalad, (2005 al material suministrado para este encuentro tutorial), en el que se incluya Introducción, Desarrollo, Conclusiones. Que debe ser presentado bajo las normas APA sexta edición.

2. Responder a los siguientes ejes problemáticos.

¿cuál es el principal propósito estratégico que debe tener un gerente?

¿cómo se concibe el propósito estratégico en el tiempo?

¿Cómo dimensiona Komatsu la Ventaja Competitiva?

¿Cuál es la manera de jerarquizar los objetivos corporativos? Aplicarlo a la empresa donde labora.

¿cuáles son los parámetros para dar direccionamiento estratégico al proceso de reconocer la derrota?

Para el segundo encuentro tutorial el estudiante deberá:

1. Presentar por medio de pensamiento crítico argumentativo lo que propone Ghemawat. (2000)
2. Realizar mapa mental sobre lo leído en "Gimbert, X. (2009)

Para el tercer encuentro tutorial el estudiante deberá:

1. Realizar un discurso acerca de lo leído en Rivas y Londoño (2014) no mayor a tres páginas a espacio 1.5 arial 11, hoja tamaño carta. Y prepararse para la discusión del tema en clase.
2. Preparar un panel referente a la lectura de Augustine (2004) para su respectivo debate.
3. ¿Cómo identifica en la organización donde labora el postulado de Rivas y Londoño y Augustine? Presentar en documento que no exceda tres páginas su postura frente al pensamiento de estos autores

Para el cuarto encuentro tutorial el estudiante deberá:

1. Preparar la lectura propuesta para el desarrollo de las actividades en clase.

XI. EVALUACIÓN

La actividad académica será evaluada así: el número de talleres o actividades se acordará con los estudiantes, de acuerdo con las políticas del programa. Se tendrá en cuenta las actividades encaminadas al reconocimiento y refuerzo de los aprendizajes basados en las competencias a desarrollar. El referente de las evaluaciones será el acta de concertación. Para la habilitación se tendrá en cuenta el Estatuto estudiantil parágrafo 2 artículo 49: "las asignaturas teórico-prácticas serán habilitables cuando se apruebe el componente práctico.

XII. BIBLIOGRAFÍA – WEBGRAFÍA

Chan, W., & Mauborgne, R. (2004). La estrategia del océano azul. Clásicos HBRAL-Estrategia. *Harvard Business Review América Latina*, 8

Ghemawat, P. & Rivkin, J. (1998). La creación de una ventaja competitiva. Caso HBS, (9-798), 062.

Ghemawat, P. (2000). La Estrategia en el Panorama del Negocio. Editorial Pearson Educación, México. Capítulo 2.

Gimbert, X. (2009). El núcleo estratégico como modelo de gestión ante la complejidad. *Harvard Deusto business review*, (182), 37-48.

Hamel, G., & Prahalad, C. K. (2005). Propósito estratégico. *Harvard Business Review-América Latina, Clásicos HBRLA*, 10-24.

Kotter, J. P. (2004). Liderar el cambio. Gestión del Cambio. Harvard Business Review. Deusto. Editorial Planeta. Buenos Aires.

Whetten, D., & CAMERON, K. (2005). Desarrollo de habilidades gerenciales. Pearson

XIII. DATOS DE LOS DOCENTES QUE ORIENTAN LA ASIGNATURA

Según asignación del Programa de Administración de Negocios

