

DISEÑO CURRICULAR BASADO EN COMPETENCIAS DE LA ASIGNATURA PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA

1. DATOS GENERALES:		
Carrera: Tecnología en Administración de Empresas	Semestre: VI	Código:
Unidad Académica de Ciencias Educación Comercial y Derecho	Núm. de créditos: 4	Decente:
Asignatura: Planificación Estratégica	Total de horas: 128horas	Horas presenciales: 32 Horas No presenciales 96

2. FUNDAMENTACION CIENTIFICA DE LA ASIGNATURA

Los Estudiantes de tecnología en auditoria y contabilidad necesitan herramientas para la toma de decisiones estratégicas a largo plazo. Como futuros ejecutivos serán responsables de desarrollar procesos de planeamiento estratégico y la toma de decisiones estratégicas.

Esta materia enlaza los conocimientos adquiridos por los estudiantes durante su formación universitaria en las diferentes áreas funcionales como Mercadeo, Producción, Finanzas, Recursos Humanos, etc. y utiliza las diferentes herramientas adquiridas en estas materias el momento de realizar procesos de planificación estratégica y proponer opciones de estrategias para las Empresas.

Vivimos en una sociedad en la que la mayoría de la producción y el empleo se sitúan en las empresas, esto quiere decir que la calidad y cantidad de nuestros productos y servicios y nuestros puestos de trabajo dependen de las mismas, en particular de quienes las crean y la gestionan además de los que trabajan en ellas

Las empresas no se crean de la nada, sino a través de alguien que puede ser tanto un colectivo, como una única persona que las ponen en marcha

Planificación estratégica promueve a la creación de empresas, pero no de cualquier empresa, sino de aquellas que están destinadas a tener éxito y a aportar mas producción y puestos de trabajo en el entorno.

3. CARACTERIZACION DE LA ASIGNATURA

Para que tenga éxito, un proceso de planeación estratégica debe establecer los criterios para tomar decisiones organizacionales diarias y debe suministrar el patrón frente al

cual se pueden evaluar tales decisiones. Este estándar para evaluar que tan adecuado es el proceso de planeación estratégica de una organización es estricto y solo pocas entidades lo cumplen a cabalidad. La plantación estratégica aplicada proporciona una guía detallada y amplia para ayudar a las empresas a desarrollar u proceso de planeación estratégica aplicada que pueda satisfacer estos criterios, si se sigue con mucha atención decisiones.

El estudio de esta asignatura la desarrollaremos en ocho capítulos, distribuidos de la siguiente manera: Introducción a la planeación estratégica aplicada y prever el futuro en este se avizora el futuro de la organización y proporciona la dirección por la que se debe desplazar y la energía para comenzar ese movimiento. Prever el futuro es el proceso mediante el cual los individuos o grupos desarrollan una visión o sueño de la condición futura para sí mismos o sus organizaciones.

En él capítulo dos se determina la importancia de la cultura en la planeación estratégica aplicada así como también se determinan los roles del consultor estratégico, en él capítulo tres identificamos lo que es planeación para planear, y analizamos cuan importante es el monitoreo del entorno. En él capítulo cuatro se determina la importancia de la búsqueda de valores y la formulación de la misión, el diseño de la estrategia lo revisa en él capítulo cinco, se establece el perfil estratégico, se elabora un conjunto de enunciados que sirven de guía para el equipo de planeación, la auditoria del desempeño y el análisis de brechas se los identifican él capítulo seis no es otra cosa que determinar las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas de la organización. la integración de planes de acción y la planeación de contingencias se los revisa en el capítulo siete. En él capítulo ocho se determina la implementación, conclusiones y repetición del ciclo.

OBJETIVO GENERAL

Proporcionar al estudiante una detallada interpretación de las técnicas y habilidades analíticas necesarias para identificar y explotar estrategias en forma exitosa y tener una visión generalizada de los principales elementos del proceso de planeación estratégica.

3.1 ESPECIFICOS

- Identificación general del proceso de planeación estratégica aplicada y de los pasos y la tecnología que se requieren para utilizar el modelo en un proceso de planeación estratégica
- Argumentar sobre la importancia de la planeación para planear en el logro de los objetivos organizacionales y analizar los factores del entorno que influyen en el desempeño de la organización
- Desarrollar una visión del futuro ideal que se desea lograr, antes de pasar a considerar los aspectos prácticos de explicar como llegar a dicho futuro.
- Determinar las coordenadas exactas de la ubicación de la empresa en lo importante, las dimensiones relevantes, incluidas sus fortalezas y debilidades

internas junto las oportunidades y amenazas externas, identificar las opciones para cerrar las brechas

- Desarrollar planes de acción detallados para cada una de las nuevas líneas de negocios nuevas y existentes y, luego, se integran en un todo coherente, determinar acciones específicas que se puedan adoptar cuando ocurran sucesos para los cuales no se halla efectuado planeación.

COMPETENCIA DE LA ASIGNATURA.

- Desarrollara de una planificación estratégica eficaz.
- Permitirá establecer el nivel de dominio requerido por el puesto de trabajo, así como el nivel estimado del profesional que ocupa dicho puesto.
- Concretara las brechas o fortalezas de los/las profesionales y técnicos/as de la empresa con respecto al cargo que ocupan.
- Proporcionara la información necesaria para poder reorientar la estrategia de capacitación y lograr los objetivos establecidos en el plan de negocios.
- Detectará las competencias que requiere un puesto de trabajo para que quien lo desarrolle mantenga un rendimiento elevado o superior a la media. Determinará a la persona que cumpla con estas competencias.
- Favorecerá el desarrollo de competencias tendientes a mejorar aún más el desempeño superior (sobre la media) en el puesto de trabajo.
- Permitirá que el recurso humano de la organización se transforme en una aptitud central y de cuyo desarrollo se obtendrá una ventaja competitiva para la empresa.

4. CONTENIDOS

UNIDAD DE COMPETENCIA	CREDITO 1		TOTAL DE HORAS : 32	
Introducción a la planeación estratégica aplicada, el proceso de prever el futuro La cultura y la planeación estratégica aplicada roles potenciales del consultor				
			Horas	
Definiciones de varios autores Miopía del marketing Por que hacer planeación estratégica Lo que no es planeación estratégica El nuevo modelo de	Sistema De Habilidades	Sistema De Valores	P	N.P

<p>planeación estratégica El proceso de prever el futuro Razones del proceso de prever el futuro El proceso de prever el futuro Transformación organizacional Plantación a largo plazo frente a planeación transformacional Cuatro enfoques para la planeación Resistencia a prever el futuro Caso practico: El cambio en British Airway Cultura organizacional definida Falta de relación entre cultura y visión El caso de Browniana-Ferris</p> <p>Cultura y valores Modelos de cultura organizacional Efectos de la cultura en la planeación Cultura y efectividad en las organizaciones Roles potenciales del consultor, escenarios y roles principales Patrocinador o campeón, mediador, entrenador, facilitador, formador o experto en contenido Estratega.</p> <p>Problemas con los roles</p> <p>Consultores externos.</p>	<p>Conoce conceptos de planeación estratégica, modelos de planeación estratégica Planeación a corto y largo plazo Descripción de cultura organizacional.</p>			
			8	24
Total:			32	

Tareas Investigativas: Determinar el plan estratégico a
 Tareas De Crédito: Diagnostico, resume y analice lo aprendido en esta unidad
 Tareas De Aplicación: De La Vida Laboral: Elabora la estructura de un plan estratégico.

Unidad De Competencia	2	Crédito	1	Total Horas : 32	
PLANEACIÓN PARA PLANEAR Y MONITOREO DEL ENTORNO. BÚSQUEDA DE VALORES Y FORMULACIÓN DE LA MISIÓN					
				Horas	
Sistema De Conocimientos	Sistema De Habilidades	Sistema De Valores	P	N.P	
<p>Aprestamiento para la planeación estratégica El rol del CEO y la importancia en la planeación estratégica Evaluación del compromiso del ceo. El CEO y el liderazgo estratégico Evaluación del ceo Empresas familiares y de un solo dueño, responsabilidades del CEO en la planeación estratégica Identificación del equipo de planeación, el rol de los miembros del staff de planeación, cambio de concentración en la planeación estratégica Educación del equipo de planeación y la organización, involucramiento y compromiso, entrenamiento del equipo de planeación, entrenamiento de la organización, planeación del ciclo de retroalimentación Involucramiento de los demás grupos de interés, junta directiva, el producto final. Contratación de la planeación estratégica, contratación para la fase inicial, establecer expectativas de tiempo realistas, localización, costo de realizar la planeación formal, identificación de otras</p>	<p>Analiza y decide sobre las decisiones que de deben tomar para el mejoramiento de la</p> <p>Compromiso de los CEO</p> <p>Realizar una planeación formal</p> <p>Identificar la cultura de la organización</p>			8	24

<p>necesidades de entrenamiento y compilación de datos.</p> <p>Consideraciones para su aplicación</p> <p>Monitoreo del entorno, proceso y alcance del monitoreo del entorno, el macro entorno, el entorno industrial, el entorno competitivo, el entorno interno, aproximación al monitoreo, monitoreo del entorno y fuerzas conductoras, organización de la información acerca del entorno, observación efectiva del entorno, proceso continuo</p> <p>Consideraciones para su aplicación</p> <p>Búsqueda de valores</p> <p>Congruencia de los valores organizacionales</p> <p>Presunciones</p> <p>Elementos de la búsqueda de valores, valores personales, como manejar la diferencia de los valores personales,</p> <p>Valores organizacionales, consideraciones para su aplicación,</p> <p>Cultura organizacional, ritos y rituales, red cultural,</p> <p>Análisis de los grupos de interés. Procesos de intercambio, identificación de los grupos de interés.</p> <p>Formulación de la misión, formular la declaración de la misión, ¿Qué?, ¿A quien?, ¿Cómo?, ¿Por qué</p> <p>Declaraciones de la misión preexistentes, lemas.</p> <p>Fuerzas conductoras</p> <p>Ventajas competitivas</p> <p>Consideraciones para su aplicación</p> <p>Formulación de la misión en segmentos organizacionales,</p> <p>Diez criterios para evaluar las</p>	<p>Monitoreo del entorno</p> <p>Identificar las fuerzas conductoras.</p>		
---	--	--	--

declaraciones de la misión Formulación de la misión como un proceso El impacto de las declaraciones de la misión corporativa, comentarios finales				
Total:				32

Unidad De Competencia	3	Crédito	1	Total Horas : 32
Emprendedores. Creación de nuevas empresas Auditoria del desempeño y análisis de brechas				
				Horas
Sistema De Conocimientos	Sistema De Habilidades	Sistema De Valores	P	N.P
Perfil estratégico, innovación, orientación hacia los riesgos, la capacidad de construir el futuro en forma preactiva Elementos del diseño de la estrategia del negocio, línea de negocios, análisis de las líneas de negocios Establecer los indicadores críticos de éxito. (ICE), indicadores no cuantificable, Acciones estratégicas, Grandes estrategias, La cultura necesaria para lograr el futuro deseado, consideraciones para su aplicación. Rol de la misión, valores y filosofía de operaciones. Monitoreo del entorno Auditoria del desempeño FODA (Debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas)	Analiza y decide sobre el nivel del perfil estratégico Establecer los indicadores críticos de éxito. Determinar fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas			

<p>Fortalezas y debilidades internas, las LDN, los sistemas de seguimiento,</p> <p>Perfil estratégico, análisis de los Recursos, cultura organizacional, consideraciones para su implementación, herramientas analíticas adicionales,</p> <p>Oportunidades y amenazas externas, el entorno industrial, el entorno competitivo, el entorno general, el entorno específico de la organización</p> <p>Aspectos no competitivos en el entorno Industrial, facilidad de salida,</p> <p>Producto final.</p> <p>Análisis de brechas, el rol del consultor,</p> <p>Resultado del análisis de brechas</p> <p>Como analizar la brecha, un ejemplo hipotético, consideraciones claves</p> <p>Aspectos adicionales del análisis de brechas, el modelo "Y", el modelo "Z" barreras para la entrada / salida,</p> <p>Formas de cerrar la brecha, cierre de brechas producto de una orientación hacia el crecimiento.</p> <p>Tácticas para cerrar las brechas, la anticipación a las jugadas del oponente,</p> <p>El cierre de brechas producto de una orientación hacia el atrincheramiento, otras brechas. Cuando no se pueden cerrar las brechas.</p>				
TOTAL			8	24

Unidad De Competencia	4	Crédito	1	Total Horas : 32
Integración de los planes de acción y planeación de contingencias				

Implementación, conclusiones y consideraciones para la repetición del ciclo				
			Horas	
Sistema De Conocimientos	Sistema De Habilidades	Sistema De Valores	P	N.P
<p>Integración de los planes de acción, en forma horizontal y vertical.</p> <p>Desarrollar planes operativos verticales, contenido del plan operativo,</p> <p>Planes de marketing, identificar y analizar las oportunidades de mercado, segmentar y seleccionar mercados objetivos, desarrollar una estrategia de mezcla de marketing, diseñar e implementar sistemas de control de gestión de marketing.</p> <p>Grandes estrategias</p> <p>Desarrollar planes de acciones funcionales horizontales, asignación de recursos, el rol del CEO en la integración.</p> <p>Un enfoque para la planeación de los recursos humanos, planeación de sucesión.</p> <p>Búsqueda interna,</p> <p>Plantación de contingencias, impacto y probabilidad, Contingencias específicas para la Organización.</p> <p>Puntos activadores críticos</p> <p>El contenido de la plantación de contingencias</p> <p>La tecnología de la planeación de contingencias, la matriz de planeación de contingencias, el estatus operativo de la organización, índices macroeconómicos y de expansión de negocios, indicadores compuestos de la variación del presupuesto.</p> <p>Definición de dirección estratégica,</p> <p>Los aspectos estructurales de la implementación, análisis del ejemplo, tiempo total del ciclo,</p>	<p>Analiza y decide sobre la integración de los planes.</p> <p>Desarrollar planes de marketing.</p> <p>Implementar sistemas de control.</p>			

<p>evidencia de la investigación, Los aspectos funcionales de la implementación. El rol del (CEO) en la dirección estratégica, el rol del presupuesto en la dirección estratégica, Los ICE y la dirección estratégica, responsabilidades, reconocimiento, agradecimientos y celebraciones. Exploración del entorno. Como evitar los peligros latentes, no comunicarse No cambiar el sistema de administración del desempeño, descuidar los aspectos intangibles. Resultados del proceso de planeación estratégica aplicada Repetición del ciclo de la planeación estratégica aplicada, nivel de unidad, cambiar a los miembros del grupo, rol del consultor, tiempo involucrado, ampliación continua del plan</p> <p>SUBTOTAL</p> <p>TOTAL DE HORAS</p>			<p>8</p> <p>32</p>	<p>24</p> <p>96</p> <p>128</p>
--	--	--	--------------------	---------------------------------------

5. Plan temático por Unidades De Competencia

UNIDAD	TITULO	HORAS X UNIDAD	HORAS TEÓRICAS	HORAS PRÁCTICAS
Unidad I	Introducción a la planeación estratégica aplicada, el proceso de prever el futuro	32	2	30
	La cultura y la planeación estratégica aplicada roles potenciales del consultor			

Unidad II	Planeación para planear y monitoreo del entorno	32	2	30
	Búsqueda de valores y formulación de la misión			
Unidad III	Emprendedores, creación de Nuevas empresas	32	2	30
	Auditoria del desempeño y análisis de brechas			
Unidad IV	Integración de los planes de acción y planeación de contingencias	32	2	30
	Implementación, conclusiones y consideraciones para la repetición del ciclo			
TOTAL DE HORAS		128	8	120

6. ESTRATEGIAS METODOLOGICAS

Unidad De Competencias	Métodos	Técnicas Activas y Participativas
1. Conoce conceptos de planificación estratégica.	Inductivo / Deductivo	Lluvia de ideas Discusión dirigida Análisis de contenido. Análisis del entorno Conferencia magistral de estudiantes Exposición de estudiantes Talleres prácticos.

<p>2. Comprende el objetivo de la Planificación estratégica.</p> <p>3. Compromiso de los administradores de primer nivel CEO</p> <p>4. Determina filosofía, visión, misión de la organización</p>	Inductivo / Deductivo	<p>Lluvia de ideas</p> <p>Análisis de contenido.</p> <p>Exposición de estudiantes grupal e individual</p> <p>Lectura controlada</p> <p>Análisis de los temas investigados.</p> <p>Talleres prácticos.</p>
<p>5. Analiza el entorno de la organización para determinar fortalezas, amenazas debilidades y oportunidades.</p> <p>6. Desarrolla planes estratégicos para los diferentes departamentos de la organización.</p>	Inductivo / Deductivo	<p>Lluvia de ideas</p> <p>Lectura controlada</p> <p>Resolución de problemas</p> <p>Análisis de contenidos.</p> <p>Exposición de estudiantes</p> <p>Exposición Grupal.</p>

7. Recursos

Humanos
Materiales
Técnicos
Tecnológicos

8. Líneas de Investigación

Líneas de Investigación de la Carrera	Plan estratégico de la Asignatura
Emprendimiento, Gestión e Innovación	Diagnosticar necesidades de capacitación y Diseñar programas de capacitación

9. Sistema de evaluación de la Asignatura

Técnicas	Instrumentos	Indicadores Operativos	Estándares De Calidad
Pruebas	<p>Cuestionario</p> <p>Talleres</p> <p>Casos Prácticos.</p>	<p>Nivel de Respuestas</p> <p>Análisis</p> <p>Descripción</p>	<p>Efectividad</p> <p>Pertenencia</p> <p>Impacto</p> <p>Eficiencia</p> <p>Eficacia</p>

- Evaluación inicial el temario de la evaluación inicial comprenderá el conocimiento básico
- Evaluación de proceso de evaluación de aprendizaje teórico práctico, basado en pruebas escritas, talleres, participación de estudiantes en exposiciones, investigaciones empresariales o en el medio comercial en relación a cada unidad de estudio, la misma que comprenderá el 60 de la calificación de la asignatura.
- Evaluación Final comprenderá la elaboración del plan estratégico de creación o mejoramiento de una empresa, que se desarrolla en el transcurso del semestre y será presentado al final del mismo. Plan estratégico de la creación de una empresa.
 - a. Acreditación
 - Evaluación por crédito
 - Evaluación final plan estratégico
 - Acta de calificación de aprobación y/o reprobación de la asignatura
De 40 A 69 se presenta a examen recuperación
Menos 40 puntos reprobado

10. Bibliografía

- Goodstein Leonard D, Nolan Timothy M. Planeación estratégica aplicada, editorial McGraw-Hill reimpresión 2007
- Ansoff H. L. Declerck R. L. El planeamiento estratégico, Trillas, 2003
- Koontz y Weinrich, ADMINISTRACIÓN, UNA PERSPECTIVA GLOBAL, Editorial McGRAW Hill 2003
- Stoner James, ADMINISTRACIÓN, Editorial McGraw Hill 2000
- Robbins Stephen, ADMINISTRACIÓN, Editorial McGraw Hill 2000
- Batheman Thomas. Administración, ventajas competitivas. McGraw Hill. 2005

Internet: www.Bivitec.org.mx

www.gestiopolis.com

www.gerencia.com

www.resumido.com

www.sicco.com.mx

www.apfwed.com

www.monografia.com

www.aulafacil.com

www.geocites.com

www.apuntesdeadministracion.com

www.elprisma.com

www.emprendedores.org

www.soyentrepeneur.com