

## 1. DATOS INFORMATIVOS

<b>ASIGNATURA:</b> ESTRATEGIA COMPETITIVA	<b>CÓDIGO:</b> 37048	<b>NRC:</b> 4396	<b>NIVEL:</b> OCTAVO	<b>CRÉDITOS:</b> 4
<b>DEPARTAMENTO:</b> INGENIERIA EN COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN INTERNACIONAL	<b>CARRERAS:</b> INGENIERÍA EN COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIOS INTERNACIONALES		<b>ÁREA DEL CONOCIMIENTO:</b> ADMINISTRACION	
<b>DOCENTE:</b> Ing. García Nelson	<b>PERÍODO ACADÉMICO:</b> Agosto – Diciembre 2013 <b>FECHA ELABORACIÓN:</b> 15 de julio 2013		<b>SESIONES/SEMANA:</b> <b>TEÓRICAS:</b> 4 H	<b>LABORATORIOS:</b> <b>EJE DE FORMACIÓN:</b> PROFESIONAL
<b>PRE-REQUISITOS:</b>				
<b>CO-REQUISITOS:</b>				
<p><b><u>DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA:</u></b> Con esta asignatura se logra la vinculación de todos los recursos organizacionales para ser usados en el logro de las metas y objetivos organizacionales. A través de esta asignatura se busca desarrollar las habilidades necesarias para la revisión, formulación e implementación de estrategias corporativas, funcionales y operacionales, a la vez que desarrolla la capacidad de pensar estratégicamente tratando temas como la Estrategia Corporativa, Estrategia Competitiva y Administración Estratégica, análisis simple del medio ambiente competitivo de una empresa o institución, en diversas situaciones, siempre en busca de obtener una ventaja competitiva sostenida, tanto en los mercados y ambientes tradicionales, como en el mercado global; enfrentando los riesgos de negocios y asumiendo los procesos de planeación y control estratégicos.</p>				
<p><b><u>UNIDADES DE COMPETENCIAS A LOGRAR:</u></b></p> <p><b><u>GENÉRICAS:</u></b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Interpreta y resuelve problemas de la realidad aplicando métodos de la investigación, métodos propios de las ciencias, herramientas tecnológicas y variadas fuentes de información científica, técnica y cultural con ética profesional, trabajo equipo y respeto a la propiedad intelectual.</li> <li>2. Demuestra en su accionar profesional valores universales y propios de la profesión, demostrando inteligencia emocional y creatividad en el desarrollo de las ciencias, las artes, el respeto a la diversidad cultural y equidad de género.</li> <li>3. Interpreta y resuelve problemas de la realidad aplicando métodos de la investigación y propios de las ciencias, herramientas tecnológicas y variadas fuentes de información en idioma nacional y extranjero, con honestidad, responsabilidad, trabajo en equipo y respecto a la propiedad intelectual;</li> <li>4. Interpreta y procesa información científica-técnica relacionada con la profesión y de proyección general para la vida.</li> <li>5. Resuelve problemas vinculados con el quehacer de la profesión, con aplicación de bases científico-técnicas de carácter básico.</li> <li>6. Resuelve problemas de la realidad, con la aplicación de contenidos de la profesión, así como de proyección empresarial y cultural en general.</li> <li>7. Demuestra cualidades de liderazgo y espíritu emprendedor para la gestión de proyectos empresariales y sociales, en los sectores públicos y privados.; y,</li> <li>8. Promueve una cultura de conservación del ambiente en la práctica profesional y social.</li> </ol> <p><b><u>ESPECÍFICAS:</u></b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Investiga las necesidades y el comportamiento de los actores del mercado, que sustenten las acciones y decisiones de la estrategia de Marketing, considerando la realidad del entorno evidenciando trabajo en equipo, pensamiento crítico.</li> <li>2. Manifiesta conocimientos sobre técnicas y herramientas básicas de lo que es la estrategia competitiva afianzados en simulaciones, donde exteriorizan su confianza mediante ejercicios correspondientes a cada unidad didáctica. La estrategia competitiva nos permite estructurar nuevas formas organizativas como: clústers, redes empresariales, consorcios de exportación.</li> </ol>				
<p><b><u>ELEMENTOS DE COMPETENCIA:</u></b> Nuestros estudiantes serán, dignos representantes idóneos de desempeñar y liderar situaciones no habitadas por otros</p>				

profesionales, capaces de diseñar programas de competitividad, para establecer o formular estrategias competitivas como mecanismo de apoyo para la identificación de nuevas oportunidades en mercados a largo plazo.

### **RESULTADO FINAL DEL APRENDIZAJE:**

Establece estrategias competitivas para el buen manejo y desempeño de las organizaciones, impulsando a las organizaciones a incorporarse en un mundo global para ser más productivas, eficientes y más competitivas.

### **CONTRIBUCIÓN DE LA ASIGNATURA A LA FORMACIÓN PROFESIONAL:**

De esta asignatura deducimos que la competitividad tiene que ver con los siguientes indicadores: costos, precios, cantidad, calidad, presencia en el mercado, con la innovación, la flexibilidad y adaptación con los paradigmas ser proactivo, estructurar, organizar, y rediseñar las empresas así como también con la evaluación periódica de las estrategias.

## **2. SISTEMA DE CONTENIDOS Y PRODUCTOS DEL APRENDIZAJE POR UNIDADES DE ESTUDIO**

No.	UNIDADES DE ESTUDIO Y SUS CONTENIDOS	PRODUCTOS INTEGRADORES DEL APRENDIZAJE EN CADA UNIDAD Y TAREAS PRINCIPALES QUE LES DAN SOPORTE
1	<p><b>Unidad 1: ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA</b></p> <p>Contenidos de estudio:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA               <ol style="list-style-type: none"> <li>1.1. Consideraciones conceptuales</li> <li>1.2. El mercado y los nuevos escenarios competitivos</li> <li>1.3. El análisis estructural de las industrias                   <ol style="list-style-type: none"> <li>1.3.1. Las 5 fuerzas de Porter</li> <li>1.3.2. Estrategias genéricas</li> </ol> </li> <li>1.4. ¿Cómo analizar la Competencia?                   <ol style="list-style-type: none"> <li>1.4.1. Componentes del análisis de la competencia</li> <li>1.4.2. Matriz Boston Consulting Group.</li> <li>1.4.3. Matriz General Electric</li> </ol> </li> <li>1.5. Señales de mercado</li> </ol> </li> <li>2. ESTRATEGIA COMPETITIVA               <ol style="list-style-type: none"> <li>2.1. La estrategia competitiva en las industria fragmentadas</li> <li>2.2. La estrategia competitiva en las industrias emergentes</li> <li>2.3. La transición a la madurez de una industria</li> <li>2.4. Estrategias competitivas en la industria en declinación</li> <li>2.5. Competencia en las industrias globales</li> <li>2.6. El análisis estratégico de la integración vertical</li> <li>2.7. Expansión de la capacidad</li> <li>2.8. Entrada en nuevas industrias</li> </ol> </li> </ol>	<p><b><u>Producto integrador de la unidad:</u></b> Análisis estratégico de una empresa considerando las estrategias básicas para su desarrollo.</p> <p><b><u>Tarea principal 1:</u></b> Definir con claridad los conceptos de estrategia, competitividad y ventaja competitiva y aplicarlos a diferentes situaciones empresariales.</p> <p><b><u>Tarea principal 2:</u></b> Analizar las nuevas tendencias de mercado y sus implicaciones en la competitividad empresarial a través del análisis micro ambiental que permita el diseño de estrategias adecuadas en función del tipo de industria.</p> <p><b><u>Tarea principal 3:</u></b> Aplicar los principios de los métodos analíticos con que se formula la estrategia competitiva, para elaborar informes de diagnóstico situacional que permitan el diseño de estrategias adecuadas en función del tipo de industria.</p> <p><b><u>Tarea principal 4:</u></b> Definir las estrategias que deben aplicarse en tipos importantes de ambientes empresariales, considerando procesos metodológicos adecuados y los resultados del informe de diagnóstico empresarial.</p>
2	<p><b>Unidad 2: VENATAJA COMPEITITIVA Y CADENA DE VALOR</b></p> <p>Contenidos de estudios:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>3. VENTAJA COMPETITIVA Y CADENA DE VALOR               <ol style="list-style-type: none"> <li>3.1. La cadena de valor y la estructura organizacional</li> <li>3.2. Análisis estratégico                   <ol style="list-style-type: none"> <li>3.2.1. Ventaja en costos</li> <li>3.2.2. Diferenciación</li> <li>3.2.3. Tecnología y ventaja competitiva</li> <li>3.2.4. Selección de competidores</li> </ol> </li> <li>3.3. Estrategia de Océano Azul</li> <li>3.4. Segmentación y Posicionamiento                   <ol style="list-style-type: none"> <li>3.4.1. Segmentación</li> </ol> </li> </ol> </li> </ol>	<p><b><u>Producto integrador de la unidad:</u></b> Diseño de estrategias de océano azul para una empresa.</p> <p><b><u>Tarea principal 1:</u></b> Definir la ventaja competitiva estructurando una cadena de valor adecuada al ambiente competitivo que permita el cumplimiento de los objetivos estratégicos de una empresa.</p> <p><b><u>Tarea principal 2:</u></b> Aplicar las nuevas herramientas de gestión estratégica que permitan identificar los atributos</p>

	<p>3.4.2. Leyes de posicionamiento 3.4.3. Tipos de posicionamiento</p>	<p>de valor que consoliden una propuesta estratégica empresarial innovadora.</p> <p><u>Tarea principal (3):</u> Diseñar estructuras estratégicas fundamentadas en la generación de valor para la consolidación de empresas dentro de un sector industrial.</p>
3	<b>Unidad 3: DISEÑO DE LA ESTRATEGIA COMPETITIVA</b>	<b><u>Producto integrador de la unidad:</u></b>
	<p>Contenidos de estudios:</p> <p>1. DISEÑO DE LA ESTRATEGIA COMPETITIVA</p> <p>1.1. Estrategias para la generación de ventaja competitiva</p> <p>1.1.1. Estrategias ofensivas – defensivas</p> <p>1.1.2. Estrategias de crecimiento</p> <p>1.1.3. Estrategias de desarrollo</p> <p>1.1.4. Estrategias competitivas</p> <p>1.2. Perfil estratégico</p> <p>1.2.1. Balance Score Card</p> <p>1.2.2. Otras herramientas</p> <p>1.3. Estructura del proyecto de diseño de estrategia competitiva</p> <p>1.3.1. Aspectos generales de la empresa</p> <p>1.3.2. Diagnóstico estratégico</p> <p>1.3.3. Análisis matricial</p> <p>1.3.4. Direccionamiento estratégico</p> <p>1.3.5. Determinación de la estrategia corporativa y elementos de control estratégico</p> <p>1.3.6. Programas y proyectos (acciones de estrategia competitiva)</p>	<p>Diseño de la estrategia competitiva para una empresa</p> <p><u>Tarea principal 1:</u> Diseñar la estrategia corporativa para una empresa.</p> <p><u>Tarea principal 2:</u> Diseñar el direccionamiento estratégico de una empresa considerando la metodología Balance Score Card,</p>

### 3 RESULTADOS Y CONTRIBUCIONES A LAS COMPETENCIAS PROFESIONALES:

LOGRO O RESULTADOS DE APRENDIZAJE	NIVELES DE LOGRO			El estudiante debe
	A Alta	B Media	C Baja	
F.1.A. Aplicación de CCBB de la carrera		X		Conocer y aplicar las CCBB para poder avanzar integralmente con los conocimientos de la carrera
F.1.B.1. Identificación y definición del problema.	X			Reconocer e identificar problemas dentro de su profesión al momento de presentarse
F.1.B.2. Factibilidad, evaluación y selección.	X			Diseña un modelo de estrategia competitiva factible, evaluable y acorde al tipo de empresa
F.1.C.1. Formulación de problemas	X			Realizar las respectivas interrogantes antes de tomar decisiones
F.1.C.2. Resolución del problema	X			Alcanzar destrezas y conocimientos necesarios para poder solucionar problemas
F.1.D. Utilización de herramientas	X			Manejar adecuadamente las TICS aplicados a casos reales
F.2.E.1. Cooperación y comunicación	X			Saber delegar y trabajar en equipo en busca de integrarse en la sociedad
F.2.E.2. Estrategia y operación	X			Integrarse en toda relación humana

				para aprender de los demás
F.2.F.1. Ética profesional	X			Conocer y manejo base de datos con aplicación de valores
F.2.F.2. Conocimiento de códigos profesionales	X			Estar al corriente la parte legal para actuar bajo el código de producción
F.2.G.1. Comunicación escrita	X			Redactar con claridad y comprensión de manera que se pueda comunicar.
F.2.G.2. Comunicación oral	X			Expresarse fluidamente y con conocimiento de causa
F.2.G.3. Comunicación digital	X			Manejar adecuadamente las redes sociales y programas afines a su profesión
F.2.I. Compromiso de aprendizaje continuo	X			Investigar siempre para mantenerse actualizado
F.2.J. Conocimiento del entorno contemporáneo	X			Conocer su entorno interior y exterior para poder aplicar su profesión con efectividad.

#### 4 FORMAS Y PONDERACIÓN DE LA EVALUACIÓN

TÉCNICAS E INSTRUMENTOS	1er Parcial	2do Parcial	3er Parcial
Tareas	4	4	4
Investigación	4	4	4
Lecciones	4	4	4
Pruebas			4
Laboratorios/informes	4	4	
Evaluación conjunta			
Producto de unidad	4	4	4
Defensa del Resultado final del aprendizaje y documento			
<b>Total:</b>	<b>20</b>	<b>20</b>	<b>20</b>

#### 5 PROYECCIÓN METODOLÓGICA Y ORGANIZATIVA PARA EL DESARROLLO DE LA ASIGNATURA

Se emplearán variados métodos de enseñanza para generar un aprendizaje de constante actividad, para lo que se propone la estructura siguiente:

- Clases magistrales donde se plantea los aspectos más significativos, los conceptos y métodos esenciales; y propone la secuencia de trabajo en cada unidad de estudio.
- Sobre la base de las orientaciones impartidas, se realizan ejercicios prácticos para desarrollar las habilidades proyectadas en función de las competencias.
- En cada unidad de estudio se llevará a cabo un debate para generalizar las ideas tratadas en cada una de ellas.
- Por medio de ejercicios prácticos y estudio de casos: pondrá en práctica la comprensión, la evaluación de ideas, la argumentación, el análisis, la criticidad y la creatividad.
- Los trabajos prácticos de investigación permitirán la experimentación práctica, verificando leyes, conceptos y principios del diseño grafico.
- La evaluación será frecuente, sumativa e integradora, valorando el desarrollo del estudiante en cada tarea y en especial en los productos integradores de cada unidad.

## 6 DISTRIBUCIÓN DEL TIEMPO:

TOTAL HORAS	CONFERENCIAS ORIENTADORAS DEL CONTENIDO	CLASES PRÁCTICAS	PRÁCTICAS LABORATORIOS	OBSERVACIONES Y PRÁCTICAS ESCENARIOS REALES	CLASES DEBATES	CLASES EVALUACIÓN
64	20	10	8	8	6	12

## 7 TEXTO GUÍA DE LA ASIGNATURA

TÍTULO	AUTOR	CODIGO	EDICIÓN	AÑO	IDIOMA	EDITORIAL
GESTION ESTRATEGICA ORGANIZACIONAL	JORGE ELIECER PRIETO HERRERA	658.4 P933G ESPE	TERCERA	2011	ESPAÑOL	ECO EDICIONES

## 8 BIBLIOGRAFÍA RECOMENDADA

TÍTULO	AUTOR	EDICIÓN	AÑO	IDIOMA	EDITORIAL
ESTRATEGIA COMPETITIVA	Michael Porter	Tercera	2003	CECSA	PEARSON EDUCACIÓN

## • 9 LECTURAS PRINCIPALES QUE SE ORIENTAN REALIZAR

LIBROS – REVISTAS – SITIOS WEB	TEMÁTICA DE LA LECTURA	PÁGINAS Y OTROS DETALLES
<a href="http://www.nonprofit-info.org/npofaq/03/23.html">http://www.nonprofit-info.org/npofaq/03/23.html</a>	STRATEGIC PLANNING PROCCES	
<a href="http://estrategiacompetitivaespe.blogspot.com">http://estrategiacompetitivaespe.blogspot.com</a>	Varias temáticas	

## 10 ACUERDOS:

### COMO DOCENTE

- Esforzarme en conocer con amplitud y profundidad al campo académico, científico y práctico de la asignatura que enseño y preparar debidamente, actualizado, cada tema que exponga.
- Asistir a clases siempre y puntualmente dando ejemplo al estudiante para exigirle igual comportamiento.
- Motivar, estimular y mostrar interés por el aprendizaje significativo de los estudiantes y evaluar a conciencia y con justicia el grado de aprendizaje de los mismos.
- Fomentar en los estudiantes el interés por la ciencia y la innovación tecnológica, propugnando además una conciencia social que los impulse a conocer la situación económica y social del país, con un sentido de participación y compromiso.
- Las relaciones con mis colegas deberán estar sustentadas en los principios de lealtad, mutuo respeto, consideración, solidaridad y en la promoción permanente de oportunidades para mejorar el desarrollo profesional.
- Contribuir en forma comprometida, con calidad de mi labor educativa, al prestigio y eficiencia de nuestra institución.

- Promover y mantener el cuidado de las propiedades físicas e intelectuales de la institución, para asegurar un ambiente propicio y para el mejoramiento continuo del proceso enseñanza aprendizaje.
- La solución de conflictos y diferencias entre docentes y demás compañeros de la institución deberán resolverse mediante el diálogo y el consenso.

**DE LOS ESTUDIANTES:**

- Ser honestos, no copiar, no mentir, ni robar en ninguna forma.
- Firmar toda prueba y trabajo que realice en conocimiento de que no he copiado de fuentes no permitidas.
- Mantener en reserva pruebas, exámenes y toda información confidencial.
- Colaborar con los eventos programados por la institución e identificarme con la Carrera.
- Llevar siempre mi identificación en un lugar visible.
- Ser partícipe de una educación libre, trabajar en grupo y colaborar en todo sentido con los demás.
- Conducirme de tal manera que no debilite en forma alguna las oportunidades de realización personal y profesional de otras personas dentro de la comunidad universitaria; evitaré la calumnia, la mentira, la codicia, la envidia.
- Promover la bondad, el reconocimiento, la felicidad, la amistad, la solidaridad y la verdad
- Respetar y cuidar todas las instalaciones físicas que conforman la carrera, así como sus laboratorios y el campus en general.