



UNIVERSIDAD RICARDO PALMA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y GERENCIA

SILABO

I. DATOS ADMINISTRATIVOS

1. Asignatura	:	Gerencia Estratégica
2. Código	:	AD1005
3. Naturaleza	:	Teórico/práctica
4. Condición	:	Obligatoria
5. Requisito (s)	:	Sistemas de Decisión Gerencial
6. Número de créditos	:	3
7. Número de horas	:	2 Teoría y 2 Práctica
8. Semestre Académico	:	2023-II
9. Docente	:	Corzo Navarrete, Fresia Bruselas
Correo institucional	:	fresia.corzo@urp.edu.pe

II. SUMILLA

Introducción a la Gerencia Estratégica: Liderazgo y Análisis estratégico del entorno. Desarrollo de ventajas competitivas. Estrategias de negocios: el entorno estratégico, tecnología y entorno global. Estrategias Corporativas: Integración, diversificación y outsourcing estratégico. Implantación y control del desempeño corporativo. Desarrollo del Pensamiento Estratégico bajo una óptica ética y valores de la gerencia estratégica. Analizar las funciones de la Alta Gerencia, sus problemas y perspectivas de solución, como soporte fundamental de una gestión empresarial eficaz; así como, criterios básicos sobre las variables que enmarcan las actividades administrativas en un contexto global y cambiante, con empresas internacionales de alto nivel competitivo.

III. COMPETENCIAS GENÉRICAS QUE CONTRIBUYE LA ASIGNATURA

Son competencias genéricas de la presente asignatura las siguientes:

1. Capacidad de abstracción, análisis y síntesis.
2. Conocimiento sobre el área de estudio y profesión.
3. Capacidad para tomar decisiones.
4. Responsabilidad social y compromiso ciudadano.
5. Capacidad para motivar y conducir hacia metas comunes.
6. Capacidad para trabajar en equipo.
7. Capacidad de Investigación.

IV. COMPETENCIAS ESPECÍFICAS A LAS QUE CONTRIBUYE LA ASIGNATURA

Son competencias específicas de la presente asignatura las siguientes:

1. Desarrollar el planeamiento estratégico, táctico y operativo de las organizaciones, utilizando los componentes del proceso administrativo de manera alineada al logro de los objetivos organizacionales; en el marco de una percepción sistematizada.
2. Identificar las interrelaciones funcionales para diseñar estructuras organizacionales orientadas al desarrollo y alcance de las metas estratégicas de la organización; considerando el criterio de utilización más eficiente de los medios de la empresa.

3. Ejercer el liderazgo gerencial orientado hacia el logro y la consecución de metas en la organización; para desarrollar estrategias exitosas en el marco del pensamiento estratégico y cambio de las estructuras organizacionales bajo un enfoque de sostenibilidad y responsabilidad social.
4. Desarrollar el talento humano en la organización para crear un clima y cultura organizacional orientada al empowerment y enfocada a la adaptación al cambio estratégico y la toma de decisiones gerenciales bajo una visión ética.
5. Identificar aspectos éticos y culturales de impacto recíproco entre la organización y el entorno social para asegurar la toma de decisiones gerenciales dentro de un marco de sostenibilidad y responsabilidad social.
6. Gerencia los sistemas de información para la toma de decisiones con asertividad; generando sostenibilidad y adaptación dinámica a los cambios estructurales; con una visión corporativa.

V. DESARROLLA EL COMPONENTE DE: INVESTIGACIÓN (X) RESPONSABILIDAD SOCIAL ()

Esta asignatura forma parte del sistema de evaluación de la investigación formativa.

VI. LOGRO DE ASIGNATURA

El alumno aplicará adecuadamente los conceptos teórico-prácticos y manejará con corrección las técnicas para el ejercicio de una dirección administrativa eficaz. Analizará y explicará la importancia de la comunicación como factor determinante de una gestión empresarial óptima, en un escenario cambiante. Conoce las habilidades directrices y plantear una eficaz toma de decisión. Aplica políticas administrativas orientadas, la Competitividad, la Globalización, al cambio y la Filosofía de la Calidad Total para una eficaz toma de decisión. Desarrolla trabajos de investigación referidos a la práctica gerencial visitando empresas emprendedoras, para entrevistar a ejecutivos que ejercen la función de Dirección. Identifica y relaciona las variables del entorno empresarial cuya influencia condiciona el desarrollo organizacional para emprender negocios internacionales en un escenario global y competitivo.

VII. PROGRAMACIÓN DE CONTENIDOS

UNIDAD I	LA GERENCIA ESTRATÉGICA	
LOGRO	El alumno estará en capacidad de conocer los diferentes componentes del entorno en la que operan las empresas dentro de los mercados internacionales.	
SEMANAS	CONTENIDOS	METODOLOGIA
1-3	1. La Gerencia estratégico Contenido Transversal: 01: Responsabilidad Social 2. Cultura y Liderazgo Corporativo 3. Modelo de Porter: Rivalidad Ampliada 3.1 Entorno de los proveedores 3.2 Entorno de los Competidores 3.3 Entorno del Mercado Contenido Transversal: 02: Participación ciudadana, desarrollo económico, social y democrático	<ul style="list-style-type: none"> ●Exposición docente ●Investigación Bibliográfica ●Práctica calificada 1

UNIDAD II	EL PENSAMIENTO ESTRATÉGICO	
LOGRO	El alumno estará en capacidad de identificar y conocer las características de cada segmento de mercado en los que puede interactuar una empresa a nivel internacional. También podrá desarrollar estrategias básicas de segmentación de productos y/o servicios para desarrollar marcas globales de mercado.	
SEMANAS	CONTENIDOS	METODOLOGIA
4-8	4. Dirección Estratégica 5. El Pensamiento Estratégico Contenido Transversal: 03: Sostenibilidad económica, social y ambiental 6. La Misión 7. Los Valores Contenido Transversal: 04: La igualdad social 8. La Visión	<ul style="list-style-type: none"> ●Exposición docente ●Investigación Bibliográfica ●Exposición de contenidos ●Aprendizaje basado en proyectos ●Práctica calificada 2 EVALUACIÓN PARCIAL

UNIDAD III	ESTRATEGIAS GERENCIALES	
LOGRO	El alumno estará en capacidad de identificar y conocer las diferencias y características de los diferentes segmentos de mercado internacionales, sobre la base de dicho conocimiento podrá aplicar las herramientas del Marketing Mix a nivel global.	
SEMANAS	CONTENIDOS	METODOLOGIA
9-12	9. Estrategias Gerenciales Contenido Transversal: 05: Lucha anticorrupción 10. Estrategias Corporativas 10.1 Integración horizontal 10.2 Integración vertical 10.3 Outsourcing estratégico 10.4 Diversificación 11. Estrategia por UEN 11.1 Intensivas 11.2 Desarrollo de Productos 11.3 Desarrollo de Mercados 11.4 Diversificación Contenido Transversal: 06: Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) 12. Estrategia Funcionales 12.1 Marketing 12.2 Operaciones 12.3 Finanzas 12.4 Recursos Humanos	<ul style="list-style-type: none"> ●Exposición docente ●Investigación Bibliográfica ●Exposición de contenidos ●Aprendizaje basado en proyectos ●Casos aplicados ●Práctica calificada 3

UNIDAD IV	LA ADMINISTRACIÓN Y EL CONTROL ESTRATÉGICO	
LOGRO	El estudiante estará en capacidad de identificar los efectos que pueden tener, en los diferentes ámbitos de los mercados internacionales en los que interactúa, sus estrategias de mercado en relación a la Responsabilidad Social Corporativa de tal forma que	

se asegure las sustentabilidad económica, ambiental y social.		
SEMANAS	CONTENIDOS	METODOLOGIA
13-16	13. La Administración Estratégica 13.1 El Pensamiento Estratégico 13.2 Auditoria del Entorno Estratégico 13.3 Objetivos Estratégicos 13.4 Selección de Estrategias 13.5 Implementación de las Estrategias 13.6 Control del Desempeño estratégico Contenido Transversal: 07: Derecho de familia y discapacidad 14. El Control estratégico 14.1 El Balanced Scorecard 14.2 Dimensión Crecimiento Aprendizaje 14.3 Dimensión de Operaciones 14.4 Dimensión de Mercados 14.5 Dimensión Económica y Financiera 15. El Cuadro de Mando Integral 15.1 Metas 15.2 Estrategias de Acción 15.3 Indicadores de Desempeño Contenido Transversal 08: Liderazgo	<ul style="list-style-type: none"> ●Exposición docente ●Investigación Bibliográfica ●Exposición de contenidos ●Aprendizaje basado en proyectos ●Casos aplicados
		EVALUACIÓN FINAL

VIII. ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS

En el desarrollo del presente curso, alineados con las competencias buscadas a los contenidos del silabo se aplicarán los siguientes instrumentos didácticos:

1. Aprendizaje Basado en Tecnologías Informáticas de Cómputo (TIC).
2. Casuística Aplicada.
3. Aprendizaje Basado en Problemas (ABP).
4. Investigación Formativa.
5. Asistencia, Participación y Trabajo en equipo.
6. Lecturas aplicadas.

IX. EVALUACIÓN

El sistema de evaluación del curso es el siguiente:

$$PROM = (PAR+FIN+PPRA) / 3$$

Se aplica examen sustitutorio para el examen parcial o final, siempre que el promedio de prácticas sea de 07 o más.

El Promedio de prácticas (PPRA) se obtendrá de la siguiente manera:

$$PPRA = (PRA1+PRA2 +PRA3+TRP) / 4 \quad (TRP=Trabajo práctico)$$

En caso que el docente desee aplicar otro sistema de evaluación deberá coordinar con la dirección de la escuela.

La estructura de evaluación se da en las unidades formativas considerando la estructura de competencias que se presenta a continuación.

COMPETENCIAS	INSTRUMENTOS/CONTENIDOS	PORCENTAJE
Actitud	<ul style="list-style-type: none"> ● Asistencia, puntualidad y trabajo en equipo 	De acuerdo a las consideraciones del curso
Conocimiento	<ul style="list-style-type: none"> ● Participación en clase ● Prácticas expositivas en PPT ● Lecturas especializadas 	
Procedimientos	<ul style="list-style-type: none"> ● Análisis de Casos ● Mapas conceptuales ● Debates 	
Investigación Aplicada	<ul style="list-style-type: none"> ● Investigaciones basadas en casos reales ● Investigación especializada 	

X. RECURSOS

Para el desarrollo del presente curso se requerirá el uso de los siguientes recursos:

1. Aula Virtual
2. Whatsapp
3. Excel
4. Powerpoint
5. Balanced Score Card
6. SIMPRO, SAP
7. Softwares específicos
8. Real Statistic y Megastat.
9. Videos

XI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- *Administración Estratégica*
Thompson, Arthur A. & Gamble, John E. & Peteraf, Margaret A. & Strickland III, A.J.
Mc Graw Hill – 18va. Edición
2012
- *Administración Estratégica, Un enfoque integral*
Hill, Charles W. L. & Jones, Gareth R.
CENGAGE Learning – 9na. Edición
2011
- *Administración Estratégica*
Torres Hernández, Zacañaz
Grupo Editorial Patria – 1ra. Edición
2014
- *Administración Estratégica y Políticas de Negocios, Conceptos y Casos*
Wheelen, Thomas L. & Hunger, J. David
PEARSON Educación – 10ma. Edición
2007
- *Conceptos de administración estratégica*
David, Fred R.
PEARSON Educación – 14ta. Edición
2013

Surco, agosto 2023