

UNIVERSIDAD NACIONAL DE ASUNCIÓN
FACULTAD POLITÉCNICA
LICENCIATURA EN GESTIÓN DE LA HOSPITALIDAD
ÉNFASIS EN HOTELERÍA-TURISMO
PLAN 2008
PROGRAMA DE ESTUDIOS

Resolución N° 21/16/04-00 Acta N° 1112/09/08/2021 - ANEXO 02

I. - IDENTIFICACIÓN

1.	Asignatura	: Dirección Estratégica
2.	Semestre	: Octavo
3.	Horas semanales	: 5 horas
3.1.	Clases teóricas	: 3 horas
3.2.	Clases prácticas	: 2 horas
4.	Total real de horas disponibles	: 80 horas
4.1.	Clases teóricas	: 48 horas
4.2.	Clases prácticas	: 32 horas

II. - JUSTIFICACIÓN

La globalización de la industria y las empresas, el amplio alcance y la importancia estratégica de las alianzas colaborativas, la dispersión del cambio a gran velocidad de los ambientes industriales y empresariales, y cómo la tecnología en línea encabeza los cambios fundamentales de la estrategia y de las operaciones internas en las empresas.

III. - OBJETIVOS

1. Analizar la estrategia, importancia y el proceso administrativo de elaboración y ejecución de una estrategia, ambiente externo de la empresa.
2. Identificar los recursos y la posición competitiva de una empresa.
3. Conocer las estrategias competitivas genéricas.
4. Reconocer la competencia en los mercados extranjeros.
5. Identificar y adecuar la estrategia a la situación específica de una industria o empresa.
6. Examinar la diversificación como estrategia para administrar un grupo de empresas.
7. Analizar la creación de una organización capaz de ejecutar bien una estrategia.

IV. - PRE - REQUISITO

1. Gestión de Recursos Humanos

V. - CONTENIDO

5.1. Unidades programáticas

1. Estrategia, importancia y El proceso administrativo de elaboración y ejecución de una estrategia, ambiente externo de la empresa.
2. Recursos y la posición competitiva de una empresa.
3. Las cinco estrategias competitivas genéricas.
4. Cómo complementar la estrategia competitiva seleccionada: otras opciones importantes de estrategia.
5. Competencia en los mercados extranjeros.
6. Adecuación de la estrategia a la situación específica de una industria o empresa.
7. Diversificación: estrategia para administrar un grupo de empresas.
8. Estrategia, ética y responsabilidad social.
9. Cómo crear una organización capaz de ejecutar bien una estrategia, administración de operaciones internas; acciones que promueven la buena ejecución.
10. Cultura corporativa y liderazgo; claves para una buena ejecución de estrategias.

5.2. Desarrollo de las unidades Programáticas

1. Estrategia, importancia y El proceso administrativo de elaboración y ejecución de una estrategia, ambiente externo de la empresa



- 1.1. Estrategia y Ética.
- 1.2. Elaboración y ejecución de una estrategia, importancia.
- 1.3. Estrategias y modelo comercial de una empresa.
- 1.4. El proceso administrativo de elaboración y ejecución de una estrategia.
- 1.5. Visión estratégica.
- 1.6. Establecimientos de objetivos, elaboración de estrategias.
- 1.7. Aplicación de ejecución de la estrategia.
- 1.8. Evaluar el ambiente externo de una empresa.
- 1.9. Características económicas de la industria, fuerzas competitivas, factores que promueven el cambio en la industria.
- 1.10. Posicionamiento de la competencia.
- 1.11. Probables movimientos estratégicos de la competencia.
2. Evaluar los recursos y la posición competitiva de una empresa.
 - 2.1. Funcionamiento actual de la estrategia de la empresa FODA.
 - 2.2. Precio y costo de la empresa, fortalezas o debilidades ante la competencia.
3. Las cinco estrategias competitivas genéricas
 - 3.1. Estrategias de costos bajos.
 - 3.2. Estrategias diferenciación amplia.
 - 3.3. Estrategias de mejores costos.
 - 3.4. Estrategias dirigidas.
4. Cómo complementar la estrategia competitiva seleccionada: otras opciones importantes de estrategia.
 - 4.1. Estrategias de cooperación, Estrategias de fusión y adquisición.
 - 4.2. Estrategias de integración vertical, subcontratación.
 - 4.3. Estrategias de ofensiva.
 - 4.4. Estrategias defensivas.
 - 4.5. Estrategias de Internet.
5. Competencia en los mercados extranjeros.
 - 5.1. Condiciones de mercado entre países, competencia multinacional y global, ventaja competitiva en mercados extranjeros.
 - 5.2. Subsidios internacionales, estrategias ofensivas globales, alianzas estratégicas con socios extranjeros.
 - 5.3. Mercados de países con economías emergentes.
6. Adecuación de la estrategia a la situación específica de una industria o empresa.
 - 6.1. Estrategias para competir en industrias emergentes, mercados de crecimientos rápidos, industrias maduras, industrias estancadas, mercados turbulentos, industrias fragmentadas, Líderes de industrias, empresas de segundo lugar, empresas débiles y en crisis.
7. Diversificación: estrategia para administrar un grupo de empresas.
 - 7.1. Negocios relacionales contra no relacionados, cuando diversificar, alternativas estratégicas principales después de que una empresa se diversifica.
8. Estrategia, ética y responsabilidad social.
 - 8.1. Ética en los negocios, categorías de la moralidad en la administración.
 - 8.2. Estrategias y responsabilidad social.
9. Cómo crear una organización capaz de ejecutar bien una estrategia, administración de operaciones internas; acciones que promueven la buena ejecución.
 - 9.1. Marco para ejecutar estrategias, componentes gerenciales, tendencias actuales.
 - 9.2. Mejora continua, sistema de información y operación, premios e incentivos.
10. Cultura corporativa y liderazgo; claves para una buena ejecución de estrategias.
 - 10.1. Infusión de una cultura corporativa que promueva la buena ejecución de estrategias.
 - 10.2. Dirección del proceso de ejecución de estrategias.

VI. - ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS

1. Lectura comentada.
2. Discusión.



3. Debate.
4. Investigación en equipos (Internet).

VII. - MEDIOS AUXILIARES

1. Videos, cd, dvd, educativos.
2. Revistas de viajes.
3. Folletos sobre excursiones.

VIII. - EVALUACIÓN

Acorde a la Reglamentación y Normativas vigentes en la Facultad Politécnica.

IX. - BIBLIOGRAFÍA

1. Chiavenato, I. y Sapiro, A. (2019). *Planeación estratégica: fundamentos y aplicaciones*. (3ª ed.) México: McGraw-Hill.
2. Cohen Karen, D. y Asín Lares, E. (2014). *Tecnologías de la información: estrategias y transformación de los negocios*. (6ª Ed.) México: McGraw-Hill.
3. David, F. R. (2013). *Conceptos de administración estratégica*. (11ª Ed.). México: Pearson Educación.
4. David, F. R. y David, Forest R. (2017) *Conceptos de administración estratégica*. (15ª Ed.). México: Pearson Educación.
5. Dessler, G. (2015). *Administración de recursos humanos*. (14ª Ed.) México: Pearson Educación.
6. Furnham, A. (2001). *Psicología organizacional: el comportamiento del individuo en las organizaciones*. México: Alfaomega.
7. Giuliani, A. C. (2011). *Marketing de varejo contemporaneo*. San Pablo: Ottoni.
8. Hartman, L.P. & DesJardins, J. y Espinoza, F.A. (2014). *Ética en los negocios : decisiones éticas para la responsabilidad social e integridad personal*. (2ª ed.) México: McGraw-Hill
9. Martí Estevéz, J. (2013). *Clústers : estrategias ganadoras y trabajo en equipo*. Buenos Aires : Urano.
10. Pérez Fernández de Velazco, J.A. (2013). *Gestión por procesos*. (5ª Ed.). México: Alfaomega.
11. Schnarch Kirberg, A. (2011). *Dirección efectiva de equipos de venta: un enfoque estratégico para productos y servicios en América Latina*. Bogotá: McGraw-Hill.
12. Senger, P., Kleiner, A., Roberts, C., Ross, R., Roth, G. y Smith, B. (2000). *La danza del cambio: el reto de avanzar en las organizaciones que aprenden*. Madrid: Ediciones Gestión
13. Siliceo A., A., Casares A., D. y González M., J.L. (1999). *Liderazgo, valores y cultura organizacional: hacia una organización competitiva*. México: McGraw-HillThompson, A., Gamble, J. E., Peteraf, M. A. y Strickland, A. (2012). *Administración Estratégica: Teorías y casos*. México: McGraw-Hill. Disponible en [http://aulavirtual.iberoamericana.edu.co/recursosel/documentos_para-descarga/1.%20Peteraf,%20T%3B%20Strickland,%20G.%20\(2012\).pdf](http://aulavirtual.iberoamericana.edu.co/recursosel/documentos_para-descarga/1.%20Peteraf,%20T%3B%20Strickland,%20G.%20(2012).pdf)

