



UNIVERSIDAD ALBERTO HURTADO

FACULTAD DE ECONOMÍA Y NEGOCIOS

CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

Nombre de la actividad curricular:	Pensamiento Estratégico	
Código:	5590	
Créditos:	8	
Carácter:	Obligatoria	
Prerrequisitos:	Introducción a la Administración II	
Tipo:	Curso	
Horas cronológicas de dedicación	Docencia directa	Trabajo autónomo:
	Clase: 2 módulo/s	5,0 hs
	Ayudantía: 0	
	módulo/s	

I. DESCRIPCIÓN

El curso de “Pensamiento Estratégico” forma parte del ciclo básico y forma parte del área de iniciación a la profesión de la carrera de Ingeniería Comercial. Contribuye a desarrollar la habilidad y capacidad de los estudiantes para orientar la gestión organizacional desde una perspectiva sistémica y estratégica, enfocada en el largo plazo y a la creación de valor.

Se analizan aspectos claves como la creación de valor, la toma de decisiones de largo plazo, incorporando la resolución de problemas y el método científico. Luego, se da un fuerte énfasis a la interacción entre la estrategia competitiva y las distintas áreas funcionales de la empresa, con el fin que los alumnos logren una visión sistémica e integral de la administración. Posteriormente, se revisan casos específicos de aplicación del pensamiento estratégico y la metodología del marco lógico de proyectos para elaborar y dar seguimiento a un plan de largo plazo.

Contribución de la Actividad Curricular al Logro del Perfil de Egreso:

- Formación en Administración y Economía: Los egresados serán capaces de entender y aplicar conceptos propios de las áreas de administración y economía.
- Pensamiento reflexivo y crítico: Los egresados serán capaces de buscar información, contrastarla, procesarla y analizarla en función de actualizar permanentemente su comprensión de la realidad y comparar argumentos con diferentes conclusiones, evidenciando actitudes y valores éticos.
- Toma de decisiones: Analizar y ponderar información económica y de administración relevante para informar la toma de decisiones organizacionales en la búsqueda de la creación de valor y atendiendo al uso eficiente de los recursos.
- Liderazgo: Los egresados serán capaces de integrar adecuadamente equipos de trabajo y de desplegar estrategias de influencia y coordinación de esfuerzos que apunten al logro de objetivos compartidos.

- Capacidad de Autogestión: Los egresados serán capaces de planificar y dirigir sus esfuerzos de aprendizaje y desempeño de manera autónoma e independiente, poniéndose metas de desarrollo desafiantes y realistas.
- Creación de valor: Los egresados serán capaces de implementar técnicas y estrategias de gestión que busquen ir más allá de la simple rentabilidad de sus procesos, aspirando a aportar al desarrollo integral de la organización y la sociedad.
- Conocimiento en administración y sus áreas funcionales: Poseer una sólida formación en gestión de organizaciones y en sus distintas áreas funcionales; logrando una perspectiva integrada de las empresas, el mercado y la cadena de valor.

II. PROPÓSITOS DE APRENDIZAJE

El curso busca que los estudiantes desarrollen la habilidad y analicen herramientas de pensamiento estratégico. Se espera que al final de la asignatura los alumnos sean capaces de formular un planteamiento estratégico para una organización.

Objetivos de aprendizaje

- Analizar los elementos claves del pensamiento estratégico y la creación de valor en las organizaciones.
- Revisar las interacciones entre la estrategia competitiva y las áreas funcionales de una organización.
- Desarrollar casos de estudio de pensamiento estratégico y marco lógico.

III. CONTENIDOS

1) Pensamiento estratégico

- a) ¿Qué significa pensar estratégicamente?
- b) Pensamiento estratégico para liderar las organizaciones: enfoque sistémico e innovación
- c) Creación de valor y la ventaja competitiva
- d) Planteamiento y resolución de problemas
- e) El método científico como una aproximación para resolver problemas

2) Administración estratégica e integración de áreas funcionales

- a) Dirección estratégica: elementos claves
- b) Integración estrategia competitiva y dirección de marketing
- c) Integración estrategia competitiva y dirección de recursos humanos
- d) Integración estrategia competitiva y dirección de finanzas
- e) Integración estrategia competitiva y dirección de operaciones
- f) Integración estrategia competitiva y dirección contable y sistemas de información

3) Aplicando el pensamiento estratégico

- a) Análisis de casos específico
- b) Plan y Marco lógico para la definición de objetivos y actividades

1. METODOLOGÍA

El curso incluye una serie de estrategias de enseñanza/aprendizaje que incluyen, clases expositivas y participativas, presentación y discusión de casos, discusión de lecturas complementarias y material audiovisual, presentaciones y defensa de tareas y trabajos en equipo.

2. EVALUACIÓN DE APRENDIZAJES

Pruebas Solemnes
Tareas individuales
Trabajos en Equipo

Examen Esta actividad curricular **NO** considera la posibilidad de eximición (de acuerdo al reglamento de la carrera la eximición, si estuviera disponible, requiere tanto que el estudiante presente un promedio de 5,5 puntos en la escala 1 a 7 de nota entre las instancias de evaluación previas como que no haya hecho uso de justificación de inasistencia en dichas instancias).

El uso de celular está prohibido durante el desarrollo de actividades académicas.

3. RECURSOS PEDAGÓGICOS

- Bibliografía básica
 - Hill, Ch. & Jones G. (2015). Administración estratégica: teoría y casos. Un enfoque integrado. 13a Edición. Cengage Learning Editores. 439 p.
 - Thompson, A., Gamble, J., Peteraf, M. & Strickland, A. J. (2008). Administración estratégica: teoría y casos. 18a Edición. McGraw Hill. 303 P.
 - Tarziján, J. (2009). Fundamentos de Estrategia Empresarial. Ediciones Universidad Católica de Chile. 526 p.
- Bibliografía complementaria
 - Pichere, P., Feys, B., Marina, S. (2016). El concepto de la estrategia de océano azul: Las claves de la estrategia de éxito empresarial para innovar y superar la competencia. 50minutos.es
 - Porter, M. (2008). Estrategia competitiva: técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia. Grupo Editorial Patria. 389 p.
- Otros recursos
 - <https://www.mindtools.com/>
 - <https://strategyzer.com/>