

1. INFORMACIÓN GENERAL DE LA ASIGNATURA

Código:	ESPOL02118 (TEMPORAL)
Nombre:	ESTRATEGIA CORPORATIVA Y DECISIONES EMPRESARIALES
Modalidad de la asignatura	Híbrida
Idioma de impartición de la asignatura:	Español
Organización del aprendizaje	Número de Horas
Aprendizaje en contacto con el profesor	48.0
Aprendizaje práctico-experimental	48.0
Aprendizaje autónomo	48.0
TOTAL DE HORAS	144,00
CRÉDITOS DE LA ASIGNATURA	3,00

2. PALABRAS CLAVE

pensamiento estratégico, posición competitiva, análisis sectorial, toma de decisiones, creación de valor

3. OBJETIVO GENERAL DE LA ASIGNATURA

Desarrollar habilidades relacionadas a la planeación empresarial, a través de marcos de referencia, modelos, técnicas y herramientas que guían el análisis interno y del entorno social y productivo para la formulación e implementación coherente de estrategias corporativas y su integración en un plan estratégico que soporte la toma de decisiones críticas y complejas.

4. DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

Esta asignatura de formación disciplinar avanzada, impartida a nivel de maestría, proporciona un marco riguroso para la formulación, implementación y gobernanza de la estrategia corporativa en entornos dinámicos de negocios. Su contenido aborda la formulación estratégica, su traducción en acciones organizacionales mediante el alineamiento organizacional y la planificación de operaciones, así como los mecanismos de seguimiento, revisión y adaptación estratégica. La asignatura se orienta al análisis y aplicación de enfoques estratégicos que sustentan la toma de decisiones críticas y complejas en las organizaciones.

5. CONOCIMIENTOS Y/O COMPETENCIAS PREVIOS

Conocimientos:

- Nociones de Estadística, Economía, Finanzas, Operaciones.

Competencias:

- Capacidad de análisis y síntesis.

6. RESULTADOS DE APRENDIZAJE

	Resultados de aprendizaje de las Asignatura (Ya declarados previamente/en función de los contenidos)	Resultado de aprendizaje del programa (Ya declarados previamente)	Nivel de contribución del resultado de aprendizaje del programa al perfil de egreso (Alto/Medio/Bajo)
1	Evaluar de manera estructurada las capacidades y recursos de la organización, así como el modelo de servicio actual, utilizando técnicas de análisis sectorial identificando	Gerentes competentes en áreas funcionales de la administración de negocios	Alta

6. RESULTADOS DE APRENDIZAJE

	Resultados de aprendizaje de las Asignatura (Ya declarados previamente/en función de los contenidos)	Resultado de aprendizaje del programa (Ya declarados previamente)	Nivel de contribución del resultado de aprendizaje del programa al perfil de egreso (Alto/Medio/Bajo)
1	fortalezas, áreas de mejora, y las fuerzas generales, competitivas y colaborativas que influyen en el entorno de la organización.	Gerentes competentes en áreas funcionales de la administración de negocios	Alta
2	Formular estrategias organizacionales considerando las características del entorno, las capacidades internas y las opciones competitivas y/o colaborativas con los grupos de interés, asegurando una visión integral.	Gerentes competentes en áreas funcionales de la administración de negocios	Alta
3	Implementar de manera efectiva la estrategia corporativa, realizando seguimiento continuo de su ejecución y desempeño, utilizando los resultados obtenidos para la realización de ajustes que impulsen el logro de los objetivos organizacionales.	Gerentes competentes en áreas funcionales de la administración de negocios	Alta
4	Evaluar la influencia de los sesgos cognitivos y la percepción en los procesos de toma de decisiones, para la mejora de la eficacia en la resolución de problemas organizacionales y la implementación de la estrategia corporativa.	Profesionales con mente emprendedora capaz de iniciar nuevos proyectos	Media

7. LISTADO DE UNIDADES

Unidad	Nombre de las Unidades y Subunidades	Horas de componentes		
		Contacto con el profesor	Práctico-Experimental	Aprendizaje autónomo
1.	1. Marco organizacional y fundamentos de la estrategia 1.1. Fundamentos de la administración: concepto, evolución y principales funciones 1.2. La Organización como Sistema 1.3. Estructura y Diseño Organizacional: Tipos de estructuras 1.4. La Cultura como Fundamento Estratégico: Definición y elementos de la cultura organizacional.	4	4	4
2.	2. Pensamiento estratégico y proceso de planeación. 2.1. Fases de la administración estratégica. 2.2. Modelo general de la organización. 2.3. Caracterización de sectores productivos 2.4. Validación del propósito empresarial: Método de Campbell. 2.5. Evaluación de brechas entre perspectiva interna y la de los grupos de interés.	4	2	4
3.	3. Análisis externo de la organización. 3.1. Análisis social: Métodos PESTLA, MICMAC y escenarios sociales.	4	6	4

Unidad	Nombre de las Unidades y Subunidades	Horas de componentes		
		Contacto con el profesor	Práctico-Experimental	Aprendizaje autónomo
3.	3.2. Análisis industrial: 5+2 Fuerzas, MACTOR y Escenarios industriales. 3.3. Matriz de probabilidad de ocurrencia y nivel de impacto. 3.4. EFAS Social e Industrial. 3.5. Evaluación del alineamiento del propósito empresarial al entorno.	4	6	4
4.	4. Análisis interno de la organización. 4.1. Cadena de valor 4.2. Prueba ácida al modelo de negocio. 4.3. Aplicación del método VRIO. 4.4. Evaluación de capacidades estratégicas 4.5. Evaluación de recursos estratégicos.	6	6	6
5.	5. Diseño de futuros 5.1. Planificación de escenarios (prospectiva estratégica). 5.2. Identificación de "señales débiles" y megatrends. 5.3. Visión de futuro y ambición estratégica.	4	4	4
6.	6. Formulación estratégica 6.1. Estrategias FO, DO, FA y DA. 6.2. Estrategias competitivas genéricas. 6.3. Estrategias colaborativas: Alianzas corporativas e incluyentes. 6.4. Elección estratégica: Brechas y riesgos. 6.5. Sistema de valores: ética, políticas y objetivos estratégicos.	6	6	6
7.	7. Implementación y control de la estrategia 7.1. Gobernanza de la estrategia: Rol del Consejo y la Alta Dirección en su seguimiento y revisión. 7.2. Traducción y Alineamiento: Mapa Estratégico (BSC) como herramienta para el alineamiento y control de la implementación. 7.3. Planificación Operacional y Estructura: Diseño de estructura organizacional de transición y final.	4	4	4
8.	8. Gestión del cambio 8.1. Modelos clásicos y contemporáneos para la gestión de procesos de cambio 8.2. Fuentes de resistencia al cambio 8.3. Herramientas y estrategias para la gestión del cambio	8	8	8
9.	9. Toma de decisiones gerenciales 9.1. Modelos para la toma de decisiones gerenciales 9.2. Sesgos cognitivos y errores comunes en la toma de decisiones gerenciales 9.3. Herramientas para la toma de decisiones gerenciales 9.4. Ética y responsabilidad en la toma de decisiones	8	8	8

8. METODOLOGÍA

- Casos de estudio
- Debate
- Aprendizaje basado en proyectos

9. EVALUACIÓN POR COMPONENTES DEL APRENDIZAJE

COMPONENTE		Porcentaje %	Tipo de evaluación		
			Diagnóstica	Formativa	Sumativa
1	Aprendizaje en contacto con el profesor	40,00	x	x	x
2	Aprendizaje práctico-experimental	30,00		x	x
3	Aprendizaje autónomo	30,00		x	x

10. BIBLIOGRAFÍA

Básica:
Robert M. Grant, Contemporary Strategy Analysis. Wiley (2021)
David, F. R., David, F., & David, M. E. (2023). Strategic Management: A Competitive Advantage Approach, Concepts and Cases (18ª ed.). Pearson Education
Complementaria:
Leavy B (2022), "Roger Martin: The power of questioning conventional models in management practice". Strategy & Leadership, Vol. 50 No. 4 pp. 2–8, doi: https://doi.org/10.1108/SL-04-2022-0036
Menz, M., Baumann, O., & Marti, P. (2021). Corporate strategy and the theory of the firm in the digital age. Journal of Management Studies..
Cusumano, Michael A., Annabelle Gawer, and David B. Yoffie. The Business of Platforms: Strategy in the Age of Digital Competition, Innovation, and Power. Harper Business, 2019.

11. RESPONSABLES DE LA ELABORACIÓN DEL SÍLABO

Nombre	Responsabilidad
ZURITA ERAZO SONIA ANALIA	Coordinador de asignatura
RONQUILLO FRANCO CARLOS ALFREDO	Colaborador
BURGOS YAMBAY JAVIER MAURICIO	Colaborador