

	Proceso: Formulación del Currículo y Plan de Estudios Guía de Cátedra	Código:	DOC11-FO-01
		Versión:	3
		Fecha:	23/05/2019
		Hoja:	Página 1 de 2

1. Identificación del Curso/ Módulo					
Nombre del Curso/ Módulo: PENSAMIENTO ESTRATEGICO		Línea de conocimiento: ADMI		Código de materia: ADMI 16238	
Número de créditos: 4					
Facultad/ Departamento		FAC DE ADMINISTRACION			
Programa que Administra el curso o módulo		ADMON DE EMPRES MODALID VIRT			
Niveles de Formación	Técnico Profesional			Especialización	
	Tecnológico Profesional			Maestría	
	Profesional		X	Doctorado	
Modalidad	Presencial		Dual	Virtual	X
Número de horas con acompañamiento del profesor: 64			Número de horas de trabajo independiente: 128		
Fecha de actualización de la guía: 09/03/2023					

2. Conocimientos previos requeridos para el curso
Prerrequisitos ADMI 16237 Gerencia Financiera ADMI 16176 Organizaciones Correquisito ADMI 16239 Juego de Negocios

3. Justificación
<p>El beneficio del pensamiento estratégico estriba en la posibilidad de analizar y enfocar la empresa a partir de la valoración de las necesidades futuras de sus clientes y tendencias del mercado, la forma como pueden prestar mejores servicios a los mismos, y la manera como se relacionan e integran las actividades que se realizan actualmente y lo que necesitan hacer en el futuro. Una estrategia que logre conjugar variables y factores de alta incidencia, identificando ventajas competitivas, que lleven a la empresa a la sostenibilidad. Muestra a dónde se quiere dirigir y ayuda a elegir la mejor ruta o rutas que llevarán al lugar donde se desea llegar. El pensamiento estratégico permite que los profesionales identifiquen, valoren, jerarquicen los aspectos que son críticos para lograr el éxito y cumplir con los objetivos corporativos, así como la facultad de ir preparando a la empresa para los futuros y visiones que se estén creando y discutiendo de manera disciplinada y objetiva los grandes propósitos empresariales. Para esto se requiere tener conocimientos en formulación, implementación y evaluación de la estrategia y la forma correcta de aplicarlos. Se entiende, entonces, por pensamiento estratégico aquella forma particular de pensamiento que requiere de enfoque sistémico, capacidad de síntesis, inteligencia intuitiva y creatividad con el fin de visualizar un futuro y articular la forma de llegar a él.</p>

4. Competencias de formación		
Id	Competencia	Resultado de aprendizaje esperado
1	Gestión de organizaciones	1 - Evalúa el desarrollo de las funciones administrativas y organizacionales 2 - Evalúa el sector industrial y el macroambiente. 3 - Formula e implementa estrategias con el propósito de crear valor para la organización y sus grupos de interés. / Implementa un sistema integral de gestión
2	Formación para la investigación	1 - Comprende contextos y situaciones que exige la toma de decisiones argumentada y las posibilidades de análisis y de crítica ante diversos enunciados. 2 - Formula preguntas de investigación. 3 -

5. Contenidos		
Id	Unidad de aprendizaje	Temáticas
1	Perspectiva general de la dirección estratégica	La naturaleza de la administración estratégica

Id	Unidad de aprendizaje	Temáticas
2	Formulación de la estrategia	Misión y visión. Evaluación externa e interna. Estrategias en acción. Análisis y selección de la estrategia.
3	Implantación de la estrategia	Aspectos relacionados con las funciones administrativas. Aspectos relacionados con las funciones organizacionales Alineación estratégica
4	Evaluación de la estrategia	Revisión, evaluación y control de la estrategia. Perspectivas estratégicas de BSC Indicadores de Gestión

6. Evaluación y calificación

Actividades o tipos de actividades	Porcentaje
Trabajos Varios de Clase. Presentaciones, lectura de artículos (15 % cada corte)	30
Trabajo de Aplicación Empresa o Casos. Formulación, implementación y evaluación (20% cada corte)	40
Examen Parcial. (15% cada corte)	30

7. Bibliografía

R., F. (2013). Conceptos de administración estratégica. (14a. ed.) Pearson Educación. Tomado de <http://www.ebooks7-24.com.aure.unab.edu.co/?il=3492>

A., A. , Strickland, A., Janes, A., Sutton, C., A., M., E., J. (2018). Administración estratégica.(2a. ed.) McGraw-Hill Interamericana. Tomado de <http://www.ebooks7-24.com.aure.unab.edu.co/?il=6250>.

Rodríguez, J. (2017). Cómo aplicar la planeación estratégica a la pequeña y mediana empresas. (6a. ed.) Cengage. Tomado de <http://www.ebooks7-24.com.aure.unab.edu.co/?il=3233>

Parnell, J. (2014). Strategic Management: Theory and Practice. Fourth Edition. SAGE Publications, Ltd. DOI <http://dx.doi.org.aure.unab.edu.co/10.4135/9781506374598>

Pitt, M. (2012). Essentials of Strategic Management. SAGE Publications, Inc. DOI: <http://dx.doi.org.aure.unab.edu.co/10.4135/9781526435736>

KHADEM, Riaz. Alineación total. Editorial Norma, 2013

Ketchen, D., & Short, J. (2011). Mastering Strategic Management. Tomado de <https://resources.saylor.org/wwwresources/archived/site/textbooks/Mastering%20Strategic%20Management.pdf>

8. Observaciones