



Casa abierta al tiempo

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA

PROGRAMA DE ESTUDIO

1	2
---	---

<b>UNIDAD</b> AZCAPOTZALCO, IZTAPALAPA y XOCHIMILCO		<b>DIVISIÓN</b> CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES	
<b>Maestría</b>	<input checked="" type="checkbox"/>	<b>Doctorado</b>	<input type="checkbox"/>
en Ciencias Administrativas			<b>TRIMESTRE</b> I al II
<b>CLAVE</b>	<b>UNIDAD DE ENSEÑANZA – APRENDIZAJE</b>		<b>CRÉDITOS</b>
<b>9226005</b>	<b>DIRECCIÓN ESTRATÉGICA</b> OBL. ( )      OPT. ( <b>X</b> )		<b>6</b>
<b>HORAS TEORÍA</b>	<input type="text" value="3"/>	<b>HORAS PRÁCTICA</b>	<input type="text" value="0"/>
<b>SERIACIÓN</b>			<b>Autorización</b>

<p><b>OBJETIVO (S)</b></p> <p>Al final de la UEA, el alumno será capaz de:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) Realizar un recorrido de las grandes corrientes en el ámbito de la dirección estratégica;</li> <li>b) Analizar el estado del arte de la investigación en este campo del conocimiento;</li> <li>c) Reconocer los principales debates a partir de sus fundamentos teóricos, epistemológicos y metodológicos; y</li> <li>d) Aplicar técnicas en el diseño y formación de estrategias</li> </ul>
---

<p><b>CONTENIDO SINTÉTICO</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>I. La evolución del campo del <i>management</i> estratégico.</li> <li>II. Primera parte: la gestión estratégica como una estructura formal de regulación</li> <li>III. La escuela del diseño como un proceso de concepción de la estrategia y la escuela de la planeación como un proceso formal.</li> <li>IV. La escuela del posicionamiento competitivo en mercados locales y globales.</li> <li>V. La escuela de la contingencia como determinación de los procesos de adaptación estructurales.</li> <li>VI. La escuela de las redes organizacionales y las alianzas estratégicas en entornos de innovación tecnológica.</li> <li>VII. Segunda parte: la gestión estratégica como una acción colectiva de significaciones</li> <li>VIII. La escuela del liderazgo empresarial como un proceso visionario y cognitivo.</li> <li>IX. La escuela del aprendizaje como un proceso de gestión del conocimiento y de los saberes organizacionales.</li> <li>X. La escuela del poder como los juegos políticos de los actores en procesos de confrontación y negociación.</li> <li>XI. La escuela de la cultura como un proceso colectivo de construcción de significaciones y de identidades.</li> <li>XII. Conclusiones</li> <li>XIII. Retos y desafíos en el campo del <i>management</i> estratégico.</li> </ul>
---

### **MODALIDADES DE CONDUCCIÓN DEL PROCESO DE ENSEÑANZA – APRENDIZAJE**

El profesor facilitará la construcción de conocimientos, habilidades y competencias a través de dinámicas que propicien el trabajo en grupo de forma cooperativa y colaborativa, fomentando el manejo correcto de la información en forma oral y escrita.

El profesor presentará los objetivos educativos y realizará un diagnóstico del grupo en forma breve y sencilla. A partir de la lectura previa de la bibliografía básica, se propiciará que el alumno realice la búsqueda, selección, análisis y síntesis de información actualizada.

El profesor iniciará las sesiones haciendo una introducción al tema, planteará preguntas, ejes de discusión y abrirá el debate al grupo. Se crearán espacios de diálogo para que el alumno use correctamente la argumentación lógica, respete las opiniones diversas, desarrolle el pensamiento crítico y creativo y logre una empatía con los valores éticos en el uso correcto de los conocimientos, las técnicas y métodos desarrollados.

El profesor explicará el desarrollo de conceptos, técnicas o procesos, presentará ejemplos y abrirá un espacio para plantear preguntas y dudas. Posteriormente, aplicará ejercicios o problemas que resolverán los alumnos de manera individual, en equipo o el grupo en su conjunto, facilitando el tránsito de la teoría a la práctica. Se realizarán ejercicios de tipo analítico en los que los alumnos tendrán que efectuar un esfuerzo de abstracción, ordenamiento y construcción, tales como elaboración de clasificaciones, categorizaciones, mapas conceptuales, diagramas, tipologías o análisis comparativos.

### **MODALIDADES DE EVALUACIÓN**

El alumno será evaluado de manera continua bajo las modalidades que le serán presentadas al inicio del curso. El profesor desarrollará instrumentos, con indicadores acordes a los objetivos educativos, para evaluar los conocimientos, habilidades, competencias y el grado de compromiso de los alumnos con respecto al programa de trabajo.

Incluirá evaluaciones periódicas y, en su caso, evaluación terminal. Las evaluaciones pueden incluir participación en clase, elaboración de fichas, controles de lectura, exposiciones individuales o de grupo y elaboración de trabajos de investigación.

### **BIBLIOGRAFÍA NECESARIA O RECOMENDABLE**

1. Ansoff, H. I. (1979). *The Changing Shape of the Strategic Problem*". En Schendel and Hofer (eds.). *Strategic Management: a New View of Business Policy and Planning*, Little Brown, (pp. 30-52)
2. Clarke, T. y Stewart, C. (1998). *Paradigms*. En *Changing Paradigms. The Transformation of Management Knowledge for the 21<sup>st</sup> Century*. (pp. 9-59). London, Great Britain: Harper Collins Business.
3. Hart S., L. (1992). *An integrative framework for strategy-making processes*. En *Academy of Management Review*. (Vol. 17, No. 2, pp. 327-351)
4. Mintzberg, H., Bruce, A. y Joseph, L. (1998). *And over here, ladies and gentlemen: the strategic management beast*. En *Strategy Safari. A guided tour through the wilds of strategic management*. (pp. 1-121). New York, U.S.A.: The Free Press.
5. Morgan, G. (1983). *Rethinkings Corporate Strategy: A Cybernetic Perspective*. En *Human Relations*. (Vol. 36, No. 4, pp. 345-360)
6. Porter, M.E. (1990). *The competitive Advantage of Nations*. New York: The Free Press.
7. Porter, M. E. (1980). *Competitive Strategy*. New York: Free Press.
8. Porter, M. E. (1985). *Competitive Advantage. Creating and Sustaining Superior Performance*. New York: The Free Press.
9. Rouleau, L. y Francine, S. (1995), *Strategy and Organization Theories: Common Forms of Discourse*. En *Journal of Management Studies*. (Vol. 32, No. 1, pp. 101-117).
10. Von Krog, G. y Johan, R. (1994). *An essay on corporate epistemology*. En *Strategic Management Journal*. (Vol15, pp. 53-71).

**SELLO**