



UNIVERSIDAD RICARDO PALMA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y GERENCIA

SÍLABO

I.DATOS ADMINISTRATIVOS.

1. Asignatura	:	Planeamiento Estratégico
2. Código	:	AD 0406
3. Naturaleza	:	Teórico/práctica
4. Condición	:	Obligatoria
5. Requisito(s)	:	Administración II
6. Número de créditos	:	4
7. Número de horas	:	2 de teoría y 4 de práctica
8. Semestre académico	:	2023-II
9. Docente(s) y Correo institucional	:	
Castro Montenegro, Victor Manuel	:	victor.castro@urp.edu.pe
Valeriano Ortiz, Luis Fernando	:	luis.valeriano@urp.edu.pe

II.SUMILLA.

El curso tiende a ofrecer al alumno la base fundamental del manejo empresarial de un plan estratégico y su importancia, permitiendo alcanzar los objetivos y metas de la organización. Para tal fin, el alumno conocerá desde el concepto del término planeamiento, pasando por el análisis, matriz, elaboración, estructura, desarrollo e implementación, así como la evaluación. De igual manera, deberá conocer las características e importancia del planeamiento en una economía globalizada. Señalando y enfatizando en la gestión eficaz, eficiente y ética.

III.COMPETENCIAS GENÉRICAS QUE CONTRIBUYEN LA ASIGNATURA.

Son competencias genéricas de la presente asignatura las siguientes:

1. Capacidad de abstracción, análisis y síntesis
2. Conocimiento sobre el área de estudio y profesión
3. Capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica
4. Capacidad para trabajar en equipo
5. Responsabilidad social y compromiso ciudadano

IV.COMPETENCIAS ESPECÍFICAS A LAS QUE TRIBUTA LA ASIGNATURA.

Las competencias específicas centrales del presente curso son:

1. Desarrollar el planeamiento estratégico, táctico y operativo de las organizaciones, utilizando los componentes del proceso administrativo de manera alineada al logro de los objetivos organizacionales; en el marco de una percepción sistematizada.
2. Identificar las interrelaciones funcionales para diseñar estructuras organizacionales orientadas al desarrollo y alcance de las metas estratégicas de la organización; considerando el criterio de utilización más eficiente de los medios de la empresa.

V. **DESARROLLA EL COMPONENTE DE: INVESTIGACIÓN () RESPONSABILIDAD SOCIAL (X).**

Esta asignatura desarrolla un contenido de responsabilidad social.

VI. **LOGRO DE LA ASIGNATURA.**

Identificar el nuevo enfoque del Plan Estratégico y los procedimientos principales y claves para la consecución de objetivos y metas; considerando los factores del entorno y sus repercusiones en el planeamiento y los programas a desarrollarse en la empresa, en base al estudio de las matrices de negocios y análisis del entorno, para mejorar las decisiones.

VII: **PROGRAMACIÓN DE CONTENIDOS.**

UNIDAD I	DESARROLLO DEL MARCO TEÓRICO	
LOGRO	Al concluir la unidad el alumno estará capacitado para analizar y describir las ramas del Derecho, el contexto de la empresa, su clasificación y rol con responsabilidad social reflejada en promover la formalización empresarial y evitar la evasión tributaria.	
SEMANAS	CONTENIDOS	METODOLOGÍA
1- 4	1. Antecedentes de la planeación. 1.1. Marco teórico del planeamiento. 1.2. Principios básicos de la planeación. Contenido Transversal: 01: Responsabilidad Social 1.3. El Planeamiento empresarial. 1.4. Definición, importancia, 1.5. Características. 1.6. Tipos de planeamiento 1.6.1. Planeamiento estratégico 1.6.2. Planeamiento táctico y operativo. Contenido Transversal: 02: Participación ciudadana, desarrollo económico, social y democrático 2. El planeamiento estratégico 2.1. Naturaleza y características 2.2. El proceso de la Planeación Estratégica	<ul style="list-style-type: none"> ● Discusión individual o grupal de casos. ● Investigación bibliográfica o por Internet

UNIDAD II	FORMULACIÓN DEL PENSAMIENTO ESTRATÉGICO	
LOGRO	Conocer la importancia y la metodología para plantear el Pensamiento Estratégico el cual incluye: la Visión, Misión y los Valores empresariales.	
SEMANAS	CONTENIDOS	METODOLOGÍA
5- 8	3. El Pensamiento Estratégico 3.1. La Visión Estratégica. 3.1.1. Concepto, características, establecimiento e implicancias en la empresa.	<ul style="list-style-type: none"> ● Discusión individual o grupal de casos ● Investigación bibliográfica o por

	<p>3.1.2. Pasos para desarrollar la visión. 3.1.3. Clases de visión. 3.2. La Misión Estratégica. 3.2.1. Objetivo, elementos, formulación e importancia de la misión. 3.2.2. Pasos para redactar la misión. 3.2.3. Modelos de misión. Contenido Transversal: 03: Sostenibilidad económica, social y ambiental</p> <p>3.3. Los Valores Estratégicos 3.3.1. Fundamentos. 3.3.2. Formación y funciones de los 3.3.3. valores 3.3.4. Los valores empresariales 3.3.5. Clasificación Contenido Transversal: 04: La igualdad social</p> <p>3.3.6. características y propósitos de los valores. 3.3.7. La ética aplicada a las organizaciones. 3.3.8. Estrategias para la implementación de valores, 3.3.9. Auditoria de valores</p>	<p>Internet.</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Lecturas dirigidas y constatación calificada de lecturas.
--	--	--

UNIDAD III AUDITORIA ESTRATÉGICA		
LOGRO:	Conocer y evaluar los factores del ambiente externo y comprender como influyen éstos en la empresa. Conocer y evaluar los factores del ambiente interno y reconocer como influyen éstos en la empresa.	
SEMANAS	CONTENIDOS	METODOLOGÍA
9- 12	<p>4. La Auditoria Estratégica 4.1. La Auditoría del Entorno Externo 4.1.1. Factores del Entorno Externo 4.1.2. La Matriz de Evaluación de Factores Externos (EFE) Contenido Transversal: 05: Lucha anticorrupción</p> <p>4.2. La Auditoría del Entorno Competitivo 4.2.1. Factores del Entorno Competitivo: 4.2.2. Modelo de la Rivalidad Ampliada de Porter 4.2.3. La Matriz de Posición Competitiva (MPC) Contenido Transversal: 06: Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Discusión individual o grupal de casos. ● Investigación bibliográfica o por Internet. ● Lecturas dirigidas y constatación calificada de lecturas.

	4. La Auditoría del Entorno Interno 4.3. Factores del Entorno Interno 4.3.1. Modelo de la Cadena del Valor de Porter 5.3.2. La Matriz de Evaluación de los Factores Internos (EFI)	
--	---	--

UNIDAD IV LOS OBJETIVOS Y LAS ESTRATEGIAS EMPRESARIALES		
LOGRO	Comprender la importancia y metodología para la Formulación de objetivos y metas empresariales. Reconocer los diversos tipos y clases de estrategias y su utilización para mejorar la posición competitiva de la empresa.	
SEMANAS	CONTENIDOS	METODOLOGÍA
13 y 16	6. Los objetivos organizacionales 6.1. Concepto, importancia, características, clasificación 6.2. Tipos de objetivos Contenido Transversal: 07: Derecho de familia y discapacidad 7. Las Estrategias organizacionales 7.1. Conceptos generales, importancia, características, 7.2. clases y niveles de estrategias. Contenido Transversal 08: Liderazgo 7.3. Matrices Estratégicas 7.3.1. Matrices Peyea, 7.3.2. Boston Consulting Group 7.3.3. Interno y Externa, 7.3.4. Gran Estrategia Principal y 7.3.5. Planificación Cuantitativa.	<ul style="list-style-type: none"> ● Discusión individual o grupal de casos. ● Investigación bibliográfica o por Internet. ● Lecturas dirigidas y constatación calificada de lecturas.

VIII. ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS.

En el desarrollo del presente curso, alineados con las competencias buscadas y adecuados al sistema de enseñanza virtual, a los contenidos del silabo se aplicarán los siguientes instrumentos didácticos:

1. Aprendizaje Basado en Tecnologías Informáticas de Cómputo (TIC).
2. Casuística Aplicada.
3. Aprendizaje Basado en Problemas (ABP)
4. Investigación Formativa.
5. Asistencia, Participación y Trabajo en equipo.
6. Lecturas aplicadas.

IX. EVALUACIÓN.

El sistema de evaluación del curso es el siguiente:

$$\text{PROM} = (\text{PAR} + \text{FIN} + \text{PPRA}) / 3$$

Se aplica examen sustitutorio para el examen parcial o final, siempre que el promedio de prácticas sea de 07.0 más.

El Promedio de prácticas (PPRA) se obtendrá de la siguiente manera:

$$PPRA = (PRA1+PRA2 +PRA3+TRP) /4 \quad (TRP=Trabajo práctico)$$

En caso que el docente desee aplicar otro sistema de evaluación deberá coordinar con la dirección de la escuela.

La estructura de evaluación se da en 4 unidades formativas considerando la estructura de competencias que se presenta a continuación.

COMPETENCIAS	INSTRUMENTOS/CONTENIDOS	PORCENTAJE
Actitud	<ul style="list-style-type: none"> ● Asistencia, puntualidad y trabajo en equipo 	De acuerdo a las consideraciones del curso.
Conocimiento	<ul style="list-style-type: none"> ● Participación en clase ● Prácticas expositivas en PPT ● Lecturas especializadas 	
Procedimientos	<ul style="list-style-type: none"> ● Análisis de Casos ● Mapas conceptuales ● Debates 	
Investigación Aplicada	<ul style="list-style-type: none"> ● Investigaciones basadas en casos reales ● Investigación especializada 	

X. RECURSOS:

Para el desarrollo del presente curso se requerirá el uso de los siguientes recursos:

1. Blackboard Collaborate
2. Aula Virtual,
3. Whatsapp
4. Excel
5. PowerPoint
6. Software específicos y Económica
7. Real Statistic y Megastat.
8. Videos

XI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.

- *Fred David, Conceptos de Administración Estratégica, Décimo primera Edición, 2008, Editorial Pearson, México.*
- *Juan Carrión Maroto, Estrategia - De la visión a la acción, 2da Edición, 2008, Editorial Esic Libros profesionales de Empresa.*
- *Idalberto Chiavenato, Administración en los nuevos tiempos.*
- *George Steiner, Planeación Estratégica: lo que todo director debe saber.*
- *Joaquín Rodríguez Valencia, Como aplicar la planeación estratégica a la pequeña y mediana empresa.*
- *Heber Jaime Barreto, Planeamiento Estratégico Sistémico.*
- *Luis Valeriano Ortiz, Planeamiento Empresarial.*
- *Pedro Franco Concha, Planes de Negocios: Una metodología alternativa.*

Surco, agosto2023