

## PERSPECTIVA GERENCIAL

Código y Créditos		ENNEG640	3 Créditos
Tipo curso	Postgrado – Plan Común	Teórico Práctico	
Profesor (es)			
Ayudantes	-		
Prerrequisitos	-		
Horario			

### OBJETIVOS DE APRENDIZAJE

**1. Adquirir conocimientos y habilidades para aplicarlos en áreas tales como finanzas, marketing, gestión de personas y estrategia con una perspectiva integradora.**

LO 1.1 Comprender y coordinar las diferentes funciones de la empresa con los objetivos de su área.

LO 1.2 Identificar y usar los conceptos fundamentales de las áreas de negocios integrándolos hacia un objetivo.

**2. Desarrollar habilidades para la toma de decisiones incorporando herramientas conceptuales y cuantitativas para su implementación en ambientes complejos y dinámicos.**

LO 2.1 Organizar y analizar información (evidencia) cuantitativa y cualitativa de forma lógica e integrada para la toma de decisiones.

LO 2.2 Capacidad de desarrollar agendas y planes de acción para la implementación de estrategias y decisiones.

**3. Potenciar habilidades de comunicación, negociación, liderazgo y trabajo en equipo.**

LO 3.1 Capacidad de integrar y conducir equipos de trabajo efectivos.

LO 3.2 Habilidad para comunicar efectivamente, para facilitar acuerdos y compromisos.

**4. Comprender el entorno global, y ser capaz de gestionar organizaciones en dicho entorno desde una perspectiva ética y sustentable.**

LO 4.1 Demostrar conocimiento del entorno, los diferentes stakeholders y su implicancia en el desempeño y administración de la organización en un ambiente local y global.

LO 4.2 Reconocer en la toma de decisiones, las variables de responsabilidad social, ética y sustentabilidad.

### CONTRIBUCIÓN CURRICULAR

LO 1.1	LO 1.2	LO 2.1	LO 2.2	LO 3.1	LO 3.2	LO 4.1	LO 4.2
X	X				X	X	X

## DESCRIPCIÓN DEL CURSO

Asignatura introductoria del área de negocios que proporciona un conjunto de herramientas de análisis relativas al que hacer del ejecutivo, la empresa y su relación con el medio general y de la industria en que se desenvuelve. Para ello se vale de conceptos, modelos, casos y aplicaciones, tomados de la gestión estratégica, teoría de la organización y de los negocios internacionales, que junto con posibilitar una mayor comprensión de estos temas, le otorgan sustento a la toma de decisiones gerencial. Temas esenciales a tratar son la visión sistémica e integral de la empresa, la generación de ventajas competitivas, creación y captura de valor, arquitectura organizacional, reputación corporativa e internacionalización empresarial en un entorno global.

## I.- OBJETIVOS DE APRENDIZAJE DEL CURSO

### LG y LO/ Competencias

El propósito fundamental de este curso es que los estudiantes comprendan y apliquen marcos conceptuales relacionados a la perspectiva gerencial de los negocios en una organización. Asimismo, se busca que los alumnos discutan y desarrollen habilidades que les permita afrontar funciones ejecutivas en forma efectiva y eficiente.

1. Conocer y comprender desde una perspectiva integradora las organizaciones y sus diferentes funciones (finanzas, marketing, gestión de personas, operaciones).	Learning Goal 1,3/ Learning Objective 1.1 Y 1.2 y 3.2
2. Analizar el entorno competitivo de las organizaciones y el impacto de éste en las decisiones y la estrategia, con una visión global e internacional.	Learning Goal 1,3, 4/ Learning Objectives:1.1,1.2,3.2, 4.1
3. Identificar y comprender los elementos claves del proceso de creación y captura de valor en un mercado competitivo	Learning Goal 1,4/ Learning Objectives: 1.1,4.1
4. Comprender las principales componentes de la arquitectura organizacional y la relevancia para la estrategia.	Learning Goal 1,3/ Learning Objective 1.1 Y 1.2 y 3.3
5. Reconocer en la toma de decisiones el impacto en los principales stakeholders y la importancia de la sustentabilidad de la organización y el entorno.	Learning Goal 4,3/ Learning Objective 4.1 Y 4.2 y 3.3

II.- CONTENIDOS			
Tema	Contenido	Lecturas Obligatorias	Lecturas Recomendadas
1	<b>Abordando la Complejidad de la Empresa</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>La Empresa como una totalidad: sinergia y viabilidad empresarial.</li> <li>La oferta y la demanda</li> <li>Ciclo de Vida de las Industrias/empresas.</li> </ul>	<b>[AA]</b> Cap 1.  <b>[B]</b> Cap 1 y 2	
2	<b>Creando una Organización Competitiva</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>La economía global</li> <li>Competencia y Diversificación</li> <li>Ventaja Competitiva</li> </ul>	<b>[AE:C]</b> Cap 1  Caso 1	<b>W. Chan Kim; Renee A. Mauborgne</b> Tipping Point Leadership, Spanish Version Product #: R0304D-PDF-SPA Harvard Business Review (2003)
3	<b>Creando un Modelo de Negocio Innovador</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Innovación Estratégica</li> <li>Modelos de Negocios (Canvas)</li> <li>Clientes y Socios Estratégicos</li> </ul>	<b>[AE:C]</b> Cap 13  Caso 2	<b>Martine Haas; Mark Mortensen</b> The Secrets of Great Teamwork, Spanish Version Product #: R1606E-PDF-SPA Harvard Business Review (2016)
4	<b>Diseñando una Organización Eficiente</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Estructura Organizacional</li> <li>Cultura Corporativa</li> <li>Problema de Agencia</li> <li>Accionistas</li> <li>Directorio</li> </ul>	<b>[AE:U]</b> Cap 12  Caso sugerido 3	<b>Ron Ashkenas</b> Simplicity-Minded Management, Spanish Version Product #: R0712H-PDF-SPA Harvard Business Review (2007)
5	<b>Liderando Equipos y Organizaciones</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Estilo de Liderazgo Estratégico</li> <li>El rol de los Directores</li> <li>Equipos de Dirección</li> <li>Comunicación</li> </ul>	<b>[AE:C]</b> Cap 12  Caso 4	<b>Michael L. Tushman; Charles A. O'Reilly</b> Ambidextrous Organization, Spanish Version Product #: R0404D-PDF-SPA Harvard Business Review (2004)
6	<b>Tomando Decisiones en un Entorno Dinámico</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Discontinuidad</li> <li>Grupos de Interés</li> <li>Sustentabilidad</li> </ul>	<b>[IN]</b> Cap. 2  <b>[LM]</b>  Caso 5	<b>Porter y Kramer.</b> La creación de Valor compartido, Harvard Business Review (2011).

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Etica en los Negocios</li> </ul>		
<b>7</b>	<b>Compitiendo Globalmente</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Internacionalización</li> <li>• Transculturalidad</li> <li>• Innovación</li> <li>• Economía Digital</li> </ul>	<b>[IN]</b> Cap. 2  <b>[B]</b> Cap 3.  Caso sugerido 6	

### III.- METODOLOGÍA, EVALUACIÓN Y NORMATIVA BÁSICA

#### 3.1.- Metodología:

En función a los objetivos del curso, la metodología utilizada en las clases combinará teoría y práctica (exposición de temas y conceptos; discusión de casos y desarrollo de ejercicios). Una de las características de este curso es la activa participación de los alumnos, por lo que deberán estudiar por adelantado la bibliografía asignada para cada sesión, en función de su mejor comprensión y participación.

#### 3.2.- Evaluación:

Este módulo tendrá una evaluación la que tendrá por sentido medir la capacidad de aplicar, conceptos y análisis con carácter integrador. Todos los participantes deberán tener una conducta de compromiso con el curso. Por lo tanto, se espera no sólo la participación activa sino que también, llegar puntualmente a clases y mantener su teléfono celular apagado. Con todo, se entiende que la reglamentación de la escuela es conocida por todos los alumnos.

Se efectuarán las siguientes evaluaciones:

- Casos (grupales) 45%
- Participación 25%
- Trabajo Final (examen) 30%

#### 3.3.- Normativa Básica

1. Los alumnos deberán tener al menos un 75% de asistencia en el curso para poder aprobarlo.
2. Las clases serán los días y horas indicados por la dirección del programa.
3. Para cada clase los alumnos deberán haber leído y estudiado anticipadamente la bibliografía correspondiente.
4. La calificación de todas las evaluaciones se hará con nota de 1 a 7.
5. El profesor se reserva el derecho de agregar, eliminar o reemplazar bibliografía durante el transcurso del programa si así lo estimara conveniente para la buena marcha de la asignatura.
6. La ausencia injustificada de una alumno a una exigencia será calificada con nota 1.
7. Es importante enfatizar que cada alumno debe asumir su propia responsabilidad en el cumplimiento del programa, especialmente en lo relativo a:
  - a. Estar al día en el desarrollo de la materia y de las diversas indicaciones que entregue tanto el profesor como la coordinadora del curso. Por ejemplo, la ausencia a una sesión

de clases no lo exime de las obligaciones académicas señaladas ese día.

- b. Velar por el fiel cumplimiento de las fechas y plazos establecidos para las distintas actividades de evaluación. Una vez fijadas y conocidas no se procederá a modificarlas.
  - c. Obtener el material de apoyo indicado para la cátedra cuando corresponda.
8. Todos los trabajos que se presenten en el transcurso del programa solo tendrán valor en la medida en que su autor sea capaz de explicar y respaldarlos personalmente. No se aceptan entregas que contradigan lo anterior. Toda justificación médica correspondiente a la inasistencia a una exigencia debe ser presentada a través de los canales regulares establecidos por la Universidad.
9. Toda forma de **copia y/o plagio** está penalizada de la forma drástica, reprobando la cátedra con nota 1,0. Para evitar inconvenientes, favor revisar la normativa correspondiente [aquí](#).

## IV.- BIBLIOGRAFÍA

### Lecturas Obligatorias

- **[AE:U] Hill, Ch.; Jones, G. and Schilling M .** "Administración estratégica, un enfoque integrado." 11<sup>º</sup> Edición, Editorial Cengage Learning (2015).
- **[AE:C] Hitt, Ireland, Hoskisson,** "Administración Estratégica : Competitividad y Globalización!. 11ª edición Cengage Learning (2015)
- **[B] Kelly, M., Mc Gowen, J.** BUSN: Business, 11th. Edition. Cengage Learning (2013), Cap 1 y 2
- **[IN] Pride, Hughes y Kapoor,** Introducción a los Negocios. Cuarta Edición Cengage Learning (2017)
- **[AA] Williams, Chuck,** ADMIN Administración, Cengage Learning (2013), Cap 1.
- **[LM] V. Kasturi Rangan;** Lofty Missions, Down-to-Earth Plans, HBR (2004)

### Lecturas recomendadas:

- Las indicadas en la tabla de contenidos y las que el profesor desee añadir.