



PLAN DE CURSO ACADÉMICO



Identificación del curso

Programa - Departamento	Contaduría Pública				Campo	Obligatorio	
					Área	Ciencias Económicas y Contables: Administración Financiera	
Curso/Módulo	Gerencia Estratégica	Número de Créditos académicos	3	Horas de trabajo en aula	48	Modalidad	Presencial
				Horas de trabajo independiente	96		
				Total de horas	144		
Justificación	<p>En un mundo globalizado, el contador público es un profesional universitario fundamental dentro de cada organización, capaz de contribuir en el ámbito empresarial en competencias específicas para el direccionamiento estratégico de las organizaciones, articulando métodos cuantitativos y técnicas cualitativas relacionadas con los diferentes ámbitos de la administración; que estén en capacidad de proponer soluciones organizacionales mediante conocimientos teórico-prácticos desde la estrategia competitiva y la mirada analítica prospectiva.</p> <p>En el curso de Gerencia Estratégica se desarrollan diversas habilidades como la capacidad de entender las fortalezas y las oportunidades del ente económico del cual hace parte; que le permitan incidir de la mejor manera en el cumplimiento de los objetivos de la organización.</p>						
¿Problemas a resolver?	¿De qué manera la Gerencia Estratégica le permiten al Contador Público representar un enfoque práctico y claro para la evaluación de estrategias en situaciones reales con el objeto de identificar fortalezas y debilidades de la empresa?						
Competencias a desarrollar	<p>General:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Plantea temáticas propias del pensamiento estratégico en las organizaciones, con la finalidad de respaldar la gestión gerencial en la toma de decisiones de acuerdo con la normatividad vigente a nivel de nacional e internacional. 						

Elaborado por: Alix Cecilia Chinchilla Rueda
Jefe Oficina Desarrollo Académico

Revisado por: Ligia Solano
Vicerrectora de Docencia

Aprobado por:

	<p>Específicas:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Identifica los puntos clave de una situación o problema complejo, y tiene capacidad de síntesis y de toma de decisiones ✓ Utiliza los recursos del modo más idóneo, rápido, económico y eficaz para obtener los resultados deseados ✓ Desarrolla y mantiene una amplia red de relaciones con personas clave dentro de la empresa y del sector. ✓ Reconoce y aprovecha las oportunidades, los peligros y las fuerzas externas que repercuten en la competitividad y efectividad de negocio. <p>Genéricas:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Consulta de material desde las diferentes fuentes, selección y clasificación del mismo para apoyar aspectos en el campo de las ciencias Económicas, Administrativas, Contables y Financieras, con el fin de sustentar las estrategias propuestas para el apoyo de la gestión gerencial. ✓ Realiza lecturas recomendadas, en cada uno de los temas, elaborando mapas conceptuales, cuadros de síntesis y formulación de conclusiones, conservando los referentes bibliográficos, con el fin de identificar los puntos clave de una situación o problema complejo para la toma de decisiones. ✓ Preparación de ponencias a partir de temas consultados y lecturas realizadas de temas propuestos. ✓ Trabaja en equipo con el fin de validar las estrategias propuestas formuladas en torno a la situación financiera de la empresa, teniendo en cuenta los principios del entendimiento interpersonal. ✓ Ejerce el liderazgo para el logro y consecución de metas en la organización teniendo en cuenta las exigencias del entorno.
Criterios de Desempeño al finalizar el curso	<ul style="list-style-type: none"> • Comprende en qué consiste el pensamiento estratégico, la estrategia y el proceso de gerencia estratégica. • Se logra que el estudiante analice como el entorno externo e interno afectan la formulación de la estrategia. • Adquiere la habilidad de implementar y evaluar la estrategia • Desarrolla habilidades para crear estrategias de solución a los problemas que tienen que abordar el equipo gerencial para la toma de decisiones. • Se motiva por los temas de actualidad relacionados con aspectos económicos, políticos, sociales y empresariales; emitiendo su concepto y apreciación sobre los temas. • Se compromete con las actividades contempladas en el plan de formación.
Evidencias	<ul style="list-style-type: none"> • Observación de mesas redondas y conversatorios en donde se involucren los diferentes temas relacionados con el proceso estratégico • Presentación de videoconferencia sobre el Modelo del proceso estratégico • Análisis de Casos prácticos empresariales del proceso de implementación sobre expectativas, compromisos y beneficios. • Elaboración de mapa conceptual sobre la competitividad y los diferentes determinantes.
Ejes Temáticos	<ol style="list-style-type: none"> 1. FUNDAMENTOS GENERALES, INTRODUCCION AL PROCESO ESTRATEGICO <ol style="list-style-type: none"> 1.1. Que es Gerencia estratégica 1.2. Elementos del proceso de gerencia estratégica. 1.3. Modelo del proceso estratégico

Elaborado por: Alix Cecilia Chinchilla Rueda
Jefe Oficina Desarrollo Académico

Revisado por: Ligia Solano
Vicerrectora de Docencia

Aprobado por:

	<ul style="list-style-type: none"> 1.4. Importancia de la gerencia 1.5. Enfoques sobre el concepto de estrategia 2. PROCESO ESTRATEGICO <ul style="list-style-type: none"> 2.1. Definición del proceso estratégico 2.2. Definición y evaluación del negocio 3. ANALISIS DE LA SITUACION: METODOLOGIA Y HERRAMIENTAS <ul style="list-style-type: none"> 3.1. La competitividad y los diferentes determinantes, análisis 3.2. Diagnóstico externo: Herramientas y análisis del entorno macroeconómico y del sector (industria). 3.3. Diagnóstico interno: Herramientas y análisis de la cadena de valor y de capacidades y recursos de la empresa. 3.4. Determinación e identificación del grupo estratégico 3.5. Principales herramientas para la definición y priorización de problemas. 4. FORMULACION, IMPLEMENTACION Y EVALUACION DE LA ESTRATEGIA <ul style="list-style-type: none"> 4.1. Identificación de alternativas estratégicas: valoración y elección. 4.2. Mecanismos para la formulación: metodología 4.3. Proceso de implementación: análisis de involucrados, expectativas, compromisos y beneficios. 4.4. Evaluación de la estrategia: sistema de evaluación eficaz 	
Estrategias Metodológicas	<p><u>En aula virtual</u> Las estrategias metodológicas deben promover y facilitar el desarrollo del aprendizaje significativo y el pensamiento crítico para la apropiación del conocimiento, por esta razón este curso tendrá como estrategias las siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> 1. Guía didáctica de orientación para el desarrollo de las actividades del curso. 2. Ejercicios de análisis de situaciones problemáticas reales que lleven al estudiante a reflexionar sobre las posibles alternativas de solución. 3. En el campus virtual el tutor creará un foro para recoger las ideas de los estudiantes, las cuales servirán de insumo para elaborar el mapa conceptual. 	
Estrategias de Evaluación	<p><u>En aula convencional</u> Evaluación de presaberes al inicio del curso. Exposiciones, Videos, Talleres, Conferencias, Conversatorios, elaboración de mapas conceptuales, cuadros sinópticos. Estudio de casos, Análisis de artículos en revistas y noticias en los diferentes medios de comunicación (periódicos, noticieros, etc.), y disertaciones. Evaluación final del desempeño</p>	<p><u>En aula Extendida o virtual</u> Se desarrollarán exposiciones vía Skype mediante el uso de alguna herramienta de presentación de información como power point, prezzi, corel, illustrator, etc, es decir poniendo en ejecución el aprendizaje por indagación.</p>

Elaborado por: Alix Cecilia Chinchilla Rueda Jefe Oficina Desarrollo Académico	Revisado por: Ligia Solano Vicerrectora de Docencia	Aprobado por:
---	--	---------------

Referencias	BERNAL TORRES, César Augusto. Metodología de la investigación para administración estratégica. Colombia Prentice Hall. FRED, David. Conceptos de administración estratégica. Pearson Education. HUNGER, J. David, WHEELEN, Thomas. Administración Estratégica y Política de Negocios. Pearson Education. MARKIDESC. En la estrategia está el éxito, guía para formular estrategias revolucionarias Editorial Norma, Colombia. FRANCES, Antonio. Estrategia y planes para la empresa con el cuadro de mando integral. México. Pearson Education HOROVITZ, Jacques. La satisfacción total del cliente: la estrategia. Bogotá. Mc Graw Hill. THOMPSON, Arthur. Administración estratégica: teorías y casos. México. Mc Graw Hill. WHEELEN, Thomas L. Administración estratégica y política de negocios. México. Pearson Education WHITTINGTON, R. ¿Qué es la estrategia? ¿realmente importa? Thomson. España. <u>PAGINAS WEB INTERNET</u> www.actualicese.com www.gerencie.com		Software y/o recursos educativos digitales https://about.me/ http://onepagerapp.com/ http://flavors.me/ https://www.vizify.com/ http://pictually.me/ http://www.wordle.net/ http://www.blogger.com/ http://es.wordpress.com/ http://cmap.ihmc.us/download/ Bases de datos http://anif.co/ http://bacex.mincit.gov.co/default.asp https://search.ebscohost.com/ http://www.comunidadcontable.com/home.asp			
Fecha de elaboración	Marzo 4 de 2015	Versión del plan:	1	Fecha de actualización		
Elaborado por:	Experto Temático: Rosalba Ortiz Fino Asesor de Currículo:		Revisado y Aprobado por:		Comité curricular del programa	

Elaborado por: Alix Cecilia Chinchilla Rueda Jefe Oficina Desarrollo Académico	Revisado por: Ligia Solano Vicerrectora de Docencia	Aprobado por:
---	--	---------------