

UNIVERSIDAD DE COSTA RICA
FACULTAD DE CIENCIAS AGROALIMENTARIAS
ESCUELA DE ECONOMIA AGRÍCOLA Y AGRO NEGOCIOS
I. INFORMACIÓN GENERAL (GRUPO TACARES)

Curso: AE-3200 Administración agroindustrial II

Profesor: Eliécer Ureña

Horario de clases: Jueves de 9:00 AM a 12 MD

Horario de atención a estudiantes: Jueves de 8AM a 9AM y de 12MD a 1PM

Teléfono: 207 34 44

Correo electrónico: eliéceru@cariari.ucr.ac.cr

II. OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

2.1 Objetivo general

Introducir a los estudiantes en los conocimientos necesarios para que sean capaces de llevar a cabo procesos administrativos estratégicos de manera tal que puedan definir la visión y una misión estratégica de una organización o empresa, establecer los objetivos estratégicos, formular, implantar y ejecutar estrategias de tipo funcional, de negocios, de corporaciones y globales.

2.2 Objetivo específico

Comprender y analizar la importancia del desarrollo de la visión y misión estratégica en las empresas agroindustriales.

Dotar a los estudiantes de los conocimientos necesarios par convertir la visión estratégica en objetivos estratégicos.

Lograr que los estudiantes sean capaces de crear estrategias con el fin de alcanzar los resultados deseados en la empresa agroindustrial.

Desarrollar los conocimientos y herramientas para que los estudiantes en el futuro estén en la capacidad de poner en práctica las estrategias seleccionadas y llevar a cabo la evaluación de las mismas en forma efectiva y eficiente.

III. CONTENIDO TEMATICO

TEMA 1. El proceso de la administración estratégica.

- Los signos de una buena administración
- Las cinco tareas de la administración estratégica
- La administración estratégica como un proceso continuo
- Quien desempeña las tareas de la administración estratégica
- Los beneficios de un enfoque estratégico en la administración

TEMA 2. Establecimiento de la dirección de la compañía: Desarrollo de una visión estratégica, determinación de objetivos y creación de una estrategia

- Desarrollo de una visión estratégica y de una misión: La primera tarea de la determinación de la dirección
- Establecimiento de objetivos: La segunda tarea de la determinación de la dirección
- Creación de una estrategia: La tercera tarea de la determinación de la dirección
- Los factores que modelan la estrategia
- El vinculo de la estrategia con la ética y la responsabilidad

TEMA 3. Análisis industrial y competitivo

- Los métodos del análisis competitivo y la industria
- ¿Cuales son las características dominantes en la industria?
- ¿Como es la competencia y que tan poderosa es cada una de las fuerzas competitivas de la industria?
- ¿Que es lo que propicia el cambio de la estructura competitiva y del ambiente de negocios de la industria?
- ¿Cuales son las compañías que ocupan las posiciones competitivas mas fuertes/débiles?.
- ¿Cuales son los movimientos estratégicos que con mayor probabilidad harán los rivales?
- ¿Cuáles son los factores claves que determinan el éxito o el fracaso competitivo?
- ¿Como saber si una industria es atractiva y cuales son los prospectos para un rendimiento superior al promedio?
- ¿Como hacer un análisis competitivo y de la industria completo?

TEMA 4. Evaluación de los recursos y de las capacidades competitivas de la industria.

- ¿Qué tan bien esta funcionando la estrategia actual de la empresa?
- ¿Cuáles son las fortalezas y las debilidades de los recursos de la empresa y sus oportunidades y amenazas externas?
- Competitividad de los precios y los costos de la compañía
- ¿Que tan poderosa es la posición competitiva de la compañía e relación con los rivales?
- ¿A que problemas estratégicos se enfrenta la compañía?

TEMA 5. Estrategia y ventaja competitiva

- Las cinco estrategias competitivas genéricas
- Estrategia de cooperación y ventaja competitiva
- Estrategia de fusión y adquisición
- Estrategia de integración vertical: Ventaja o desventaja competitiva
- Estrategia de desglose y outsourcing para restringir las fronteras de la operación comercial
- Uso de estrategias ofensivas para conseguir ventajas competitivas

- Uso de estrategias defensivas para proteger la ventaja competitiva
- Las ventajas y desventajas de los primeros en actuar

TEMA 6. Estrategias para competir en mercados globalizados

- ¿Por que las compañías se expanden en mercados extranjeros?
- Diferencia entre países en cuanto a las condiciones culturales, demográficas y de mercado
- Competencia multipaís o competencia global
- Opciones estratégicas para incursionar y competir en mercados extranjeros
- La búsqueda de la ventaja competitiva mediante la competencia multinacional
- Reservas de utilidades , subsidios entre mercados y ofensivas estratégicas
- Alianzas estratégicas y empresas conjuntas con socios extranjeros
- Competencia en mercados extranjeros emergentes
- Estrategias para compañías locales en mercados emergentes

TEMA 7. Adecuación de la estrategia para adaptarla a la situación de cada industria y compañía.

- Estrategias para competir en industrias emergentes del futuro
- Estrategias para competir en mercados turbulentos de alta velocidad
- Estrategias para competir en industrias maduras
- Estrategias para empresas en industrias estancadas o en de cadencia
- Estrategias para competir en industrias fragmentadas
- Estrategias para sostener el crecimiento rápido de las compañías
- Estrategias para los líderes de la industria
- Estrategias para compañías que ocupan el segundo lugar
- Estrategias para empresas débiles que pasan por una crisis
- Los diez mandamientos del diseño exitoso de la estrategia de negocios

TEMA 8. La estrategia y ventaja competitiva en compañías diversificadas

- Cuando diversificar
- Generación de valor para los accionistas: La máxima justificación para diversificar
- Selección del camino para diversificar: negocios relacionados o no relacionados
- Fundamentos de las estrategias de diversificación relacionada
- Fundamentos de las estrategias de diversificación no relacionada
- Estrategias combinadas de diversificación relacionada y no relacionada
- Estrategia para incursionar en nuevos negocios
- Opciones estratégicas para empresas que ya se han diversificado

TEMA 9. Evaluación de las estrategias de las compañías diversificadas

- Identificación de la actual estrategia corporativa
- Evaluación del atractivo de la industria: tres pruebas
- Evaluación de la fortaleza competitiva de cada una de las unidades de negocios
- Análisis de coincidencias estratégicas
- Análisis de coincidencias de recursos
- Clasificación de las unidades de negocios con base en el desempeño pasado y perspectivas a futuro
- Como decidir las prioridades de asignación de recursos y un rumbo general estratégico para cada unidad de negocios
- Diseño de una estrategia corporativa

IV. CRONOGRAMA

LECCIÓN	TEMA	FECHA	OTRAS ACTIVIDADES
1	Tema 1	08-03-07	Presentación del curso
2	Tema 2	15-03-07	
3	Tema 2 y 3	22-03-07	Primer examen corto, Temas 1,2
4	Tema 3 y 4	29-03-07	
5	No hay lecciones	05-04-07	Semana Santa
6	Tema 4 y 5	12-04-07	Estudio de caso 1
7	Tema 5 y 6	19-04-07	Segundo examen corto, temas 3,4
8	No hay lecciones	26-04-07	Semana universitaria
9	Primer parcial	03-05-07	Temas: 1, 2, 3, 4,5.
10	Tema 6y 7	10-05-07	Estudio de caso 2
11	Tema 7y 8	17-05-07	Segundo examen corto, 6,7
12	Tema 8 y 9	24-05-07	
13	Tema 9	31-05-07	
14	Segundo parcial	07-06-06	Temas: 6,7, 8, 9

15	Exposición	14-06-06	Estudio de caso 3
16	Exposición	21-06-06	
	Examen final	28-06-06	

V. EVALUACIÓN

Tres exámenes cortos	10%
Tres estudios de casos	20%
Dos exámenes parciales	40%
Un trabajo de investigación final	30%

VI. BIBLIOGRAFIA

- Thompson y Strickland. Administración Estratégica: Textos y casos, 13 edición. Mc Graw-Hill, México. D.F, 2003.
- Charles W. L. Hill/Gareth R. Jones. Administración estratégica. Mac Grew-Hill. Tercera edición. Colombia. 1998.
- Lecturas asignadas por el profesor