



PROGRAMA DE ESTUDIOS 2004

ASIGNATURA : **GESTIÓN ESTRATÉGICA PARA INFORMÁTICOS**

Código : ICI3002
Pre-requisito : Gestión de Proyectos Informáticos
Ingeniería Económica
Requisito de : Electivo Profesional II
N ° sesiones semanales : 2 de Cátedra
1 de Ayudantía o Laboratorio

I OBJETIVOS GENERALES

Introducir y desarrollar a los alumnos en los conceptos y métodos de una estrategia de negocios, con especial énfasis en el impacto de las nuevas tecnologías de información y comunicaciones en la empresa, como en la estrategia de empresas que usan en forma intensiva las tecnologías.

II OBJETIVOS ESPECÍFICOS

El curso es parte de las asignaturas de especialización del Ingeniero Informático proveyéndolo de los conocimientos necesarios para gestionar proyectos de ingeniería y en particular del ámbito de las tecnologías de la información.

Al finalizar el curso el alumno deberá ser capaz de:

- Evaluar y aplicar metodologías y herramientas para el análisis, formulación y gestión de una estrategia tecnológica aplicada a los negocios.
- Reconocer la importancia de los objetivos a largo plazo y directrices en el proceso de gestión estratégica.
- Reconocer la importancia de elegir la estrategia adecuada.
- Identificar los factores que dan a una organización una ventaja competitiva distintiva.
- Combinar entornos del sector industrial con las correspondientes alternativas estratégicas.
- Evaluar la complejidad de los algoritmos propuestos y acotar su desempeño.



III CONTENIDOS

1. CONCEPTOS

Pensamiento global y acción local. Marco de desarrollo tecnológico y el posicionamiento de empresas en el mercado mundial. La perspectiva del desarrollo de los procesos de negocio enfocados desde la perspectiva de la complejidad y el caos. La empresa como redes de conversaciones: el Modelo Cliente/Proveedor de F. Flores.

2. LA ARQUITECTURA DE LA ESTRATEGIA

Conceptos y formulación de una estrategia. Estrategias genéricas de competitividad en el análisis de Porter. Estructura y estrategia. Visión y misión. La planificación estratégica. Perspectivas estratégicas: corporativa, del negocio y funcional.

3. HERRAMIENTAS CONCEPTUALES

Comprensión de la naturaleza del entorno. Análisis PEST. Análisis FODA. Método Delphi. Modelo de las 5 Fuerzas Competitivas. Matriz de Oportunidad/Vulnerabilidad. Matriz BCG Crecimiento/Participación. Modelo de la Cadena de Valor.

4. VALORACIÓN Y SELECCIÓN DE ESTRATEGIAS

Criterios de oportunidad y aceptación de una estrategia. Factibilidad e implementación de una estrategia. Análisis del *gap*.

5. ANÁLISIS DE LA GESTIÓN

Modelos de Control de Gestión. El Balance Scorecard.

6. TECNOLOGÍA Y NEGOCIOS

Modelos de alineación estratégica de IT y negocios. NTIC y estrategias competitivas. Modelos de Inteligencia Tecnológica de la Empresa. La red de valor digital como modelo de negocios.



IV METODOLOGÍA

Siendo una asignatura de ingeniería aplicada se contemplan dos grandes actividades que generen un balance entre teoría y práctica:

- Clases de Cátedra, a cargo del Profesor, donde se exigirá una ASISTENCIA MÍNIMA por parte de los alumnos, del 80%.
- Actividad práctica, donde los alumnos deberán desarrollar, en grupos de trabajo, proyectos de investigación, cuya definición y cantidad se acordará con el Profesor. Estos trabajos calificarán tanto por su calidad (en contenido y presencia física) como su presentación (disertación, dominio del tema y justificación de resultados).

Evaluación de la teoría

Realización de 2 Pruebas Solemnes, Controles Parciales, un proyecto semestral y un Examen Final escrito en la hora y día que establezca la Dirección de Carrera.

Evaluación de la asignatura

La nota del ramo está compuesta de la siguiente manera:

- La nota de presentación a examen (NP) estará compuesta de 40% nota de Solemnes más 30% trabajo de investigación.
- La nota final de la asignatura (NF) tendrá una ponderación de 70% nota final de cátedra y 30% de examen.
- Para aprobar el curso debe tenerse que $NF \geq 4.0$ y para presentarse a Examen $NP \geq 3.5$

V BIBLIOGRAFÍA

- Daniels, N. Caroline, *Information Technology. The Management Challenge*. Addison-Wesley, 1995.
- Day, George S., et al., *Wharton on Managing Emerging Technologies*. 1st edition, John Wiley & Sons, 2000.
- Ward, John and Pat Griffiths, *Strategic Planning for Information Systems*. 2nd edition, John Willey and Sons, 1996.



Bibliografía complementaria

- Aldrich, Douglas F., *Dominio del Mercado Digital*. John Willey and Sons, 2000.
- Escorsa, Pere *De la Vigilancia Tecnológica a la Inteligencia Competitiva*. Prentice Hall – Pearson, 2001.
- Hax, Arnoldo C. and Nicolás S. Majluf, *The Strategy Concept and Process*. Prentice-Hall, 1991.
- Luftman, Jerry N., editor, *La Competencia en la Era de la Información*. Oxford University Press, 2001.
- McNurlin, Barbara C. and Ralph H. Sprague, *Information Systems Management in Practice*. 2nd. edition, Prentice-Hall, 1989.
- Oster, Sharon M., *Análisis Moderno de la Competitividad*. Oxford University Press, 2000.

PAUTAS ETICAS BASICAS

El plagio es el uso de las ideas o trabajo de otra persona sin el adecuado consentimiento. El plagio puede ser intencional o no. El plagio intencional es el claro intento de hacer pasar el trabajo o ideas ajenas como el suyo propio para su beneficio. El plagio no intencional puede ocurrir si Ud. no conoce el mecanismo adecuado de referenciar la fuente de sus ideas e información. Si no está seguro de los métodos aceptados para referenciar, debería consultar con su profesor, tutor o personal de biblioteca.

El plagio comprobado es una actitud que puede resultar en severas sanciones disciplinarias y/o en la exclusión de la Universidad (Artículo 44, Reglamento del Estudiante de Pregrado).