



UNIVERSIDAD NACIONAL DE QUILMES

Carrera de Comercio Internacional

Asignatura

ESTRATEGIAS COMPETITIVAS

PROFESOR

DR. HECTOR A. LARocca

DOCUMENTO:

PROGRAMA

1998

Héctor Antonio Larocca
Contador Público Nacional
Universidad Nacional de Buenos Aires



Universidad Nacional de Quilmes
Departamento de Ciencias Sociales
Carrera de Comercio Internacional
Asignatura: ESTRATEGIAS COMPETITIVAS
Carga horaria: 4 horas semanales

Profesor: Dr. Héctor A. Larocca

Ubicación de la asignatura:

La asignatura tiene como misión particular desarrollar las teorías, técnicas y prácticas vinculadas a la exploración y alcance del concepto de competitividad bajo una visión estratégica.

Tipo de asignatura:

Partiendo de los aspectos conceptuales y de los modelos instalados en la globalización contemporánea identificada por políticas económicas neoliberales y agrupamientos regionales específicos, las ventajas de diferenciación en el orden comparativo, competitivo y adquirido que permitan a cada espacio una inserción incremental y adecuada a la realidad contemporánea.

Objetivos:

Desarrollar los contenidos temáticos de Estrategias Competitivas como un conocimiento que permita a los alumnos definir perfiles competitivos en sectores de la economía, en empresas a través de la investigación y casos y explorar estrategias que produzcan cambios evolutivos que faciliten el crecimiento y desarrollo de las unidades económicas.

Contenidos temáticos:

Los contenidos temáticos que se ordenan a continuación corresponden a una lógica que explora el pensamiento estratégico, el proceso que lo implementa hasta la formulación y el diseño de las variables, componentes, recursos humanos, tecnológicos, capacidades del management y convergencia de lo externo e interno para viabilizar continuidad organizacional. Los marcos ideológicos de la competitividad y los antagonismos entre perversidad y solidaridad en la evolución de los modelos instalados.



Unidad 1

Pensamiento estratégico vs. pensamiento tradicional. El ahistoricismo contemporáneo. Claves y factores del pensamiento estratégico. Los procesos de cambio.

Unidad 2

Análisis de la competitividad, naturaleza, factores, elementos componentes y procesos. Los entornos competitivos, la transferencia de competitividad y los procesos de adaptación.

Unidad 3

La lógica de la estrategia y política de negocios: Necesidades de mercados y variables de contexto para definir estrategias y políticas, capacidades de management e internalización del cambio y sus direcciones.

Unidad 4

Los procesos de reconversión interna para incrementar la competitividad: innovación, creatividad, análisis de procesos, flexibilidad, productividad, eficiencia.

Unidad 5

La evolución de la competitividad internacional, indicadores tomados para los análisis comparativos.

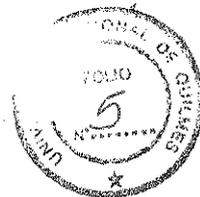
Unidad 6

Los enfoques críticos a la competitividad. Revalorización de la solidaridad competitiva. El planteo desde el punto de vista ético. Análisis de prospectiva.

Unidad 7

Diferenciaciones competitivas en función de variables específicas: sectoriales, identidad según la cadena de valor. Dossier de análisis de empresas argentinas.

Héctor Antonio Larocca
Contador Público Nacional
Universidad Nacional de Buenos Aires



Metodología:

La asignatura se desarrolla con una combinación de clases magistrales para presentación de los temas, estrategias participativas en el orden individual y grupal, trabajos prácticos por equipos, investigación y resolución de casos.

Evaluación:

La evaluación se conforma de la siguiente forma: dos exámenes parciales individuales, un trabajo de equipo, una nota conceptual compuesta por el presentismo y la participación.

Los alumnos promocionarán la materia de acuerdo a las siguientes calificaciones:

- 1,2 y 3 reprobarán la materia.
- 4,5 y 6 deberán rendir examen final.
- 7,8,9 y 10 quedarán aprobados al finalizar el curso.

H.A.Larocca
Baires, febrero 1998.