



**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*

### Bibliografía

La mente del estratega, Kenichi Ohmae, Mc Graw Hill, 1983.

La ventaja competitiva de las naciones, Michael E. Porter, Vergara, 1990.

La empresa competitiva, grandeza y decadencia, Jorge R. Etkin, Mc Graw Hill, 1996.

El proceso estratégico, conceptos, contextos y casos, Henry Mintzberg, James Brian Quin, Prentice Hall, 1993.

El desafío de la competitividad, la industria argentina en transformación Bernardo Kosacoff, Cepal, Alianza Editorial, 1993.

Los límites de la competitividad, Riccardo Petrella, Universidad Nacional de Quilmes, Editorial Sudamericana, 1996.

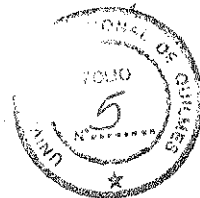
Los desafíos de la competitividad, Benjamín Coriat, Oficina de Publicaciones CBC, Universidad de Buenos Aires, 1997.

Compitiendo por el futuro, Gary Hamel y C.K. Prahalad, Ariel, 1994.

Las diagonales del cambio empresario, Armando Bertagnini, Ediciones Macchi, 1995.

Política de Negocios, Alberto L. Wilensky, Ediciones Macchi, 1997.

*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.