



UNIVERSIDAD  
**esan**

# Sílabo del curso Planeación Estratégica

---

Marzo – Julio 2024

**VII, VIII Ciclo**

**Amesquita Cubillas, Fidel  
Nevarés Robles, Luis  
Ostos Mariño, Jhony  
Sáenz Arteaga, Arturo**

## I. Datos generales del curso

<b>Nombre del curso:</b>	Planeación Estratégica		
<b>Requisito:</b>	Finanzas II / Teoría Organizacional / 110 créditos aprobados(*) / Teoría Organizacional (**) / Costos y Presupuestos (**)	<b>Código:</b>	03069
<b>Precedente:</b>	No tiene	<b>Semestre:</b>	2024-1
<b>Créditos:</b>	4	<b>Ciclo:</b>	VII, VIII
<b>Horas semanales:</b>	5	<b>Modalidad del curso:</b>	Presencial
<b>Tipo de curso</b>	<p>Obligatorio para las siguientes carreras:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ingeniería en Gestión Ambiental (*)</li> <li>• Administración y Marketing</li> <li>• Administración y Finanzas</li> <li>• Economía y Negocios Internacionales</li> <li>• Ingeniería de Tecnologías de Información y Sistemas (*)</li> <li>• Ingeniería industrial y Comercial (*)</li> </ul> <p>Electivo para los siguientes cursos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Psicología del Consumidor (**)</li> <li>• Psicología Organizacional (**)</li> </ul>	<b>Coordinador del curso:</b>	Jhony Ostos Mariño jostos@esan.edu.pe

## II. Sumilla

Esta asignatura es teórico-práctica, permite al alumno adquirir las destrezas a fin de aplicar las herramientas analíticas para el diseño estratégico y la creación de valor dentro de la organización.

Comprende el proceso de planeamiento estratégico, visión y misión. Niveles de planificación, análisis de entorno. Análisis interno de la empresa, Estrategia y ventajas competitivas. Formulación de la estrategia. Estrategias genéricas. Proceso de planeación estratégica. La planeación operativa. Implementación de la estrategia. Evaluación de la estrategia. Ética y estrategia internacional. Análisis y aplicación de matrices de análisis estratégico e introducción al Balanced Scorecard (BSC).

### III. Objetivos del curso

Permitir que el alumno comprenda la administración estratégica utilizada en organizaciones y empresas modernas y conozca las herramientas necesarias. Se pone especial énfasis en la implementación y evaluación del plan, con el objetivo de que este curso sea inmediatamente aplicable en las futuras experiencias laborales del alumno.

El curso contribuye al desarrollo de habilidades blandas: Comunicación, liderazgo, trabajo en equipo, desarrollo del pensamiento crítico, solución de problemas, toma de decisiones y preparación de reportes.

### IV. Resultados de aprendizaje

Al finalizar el curso, el estudiante:

- Describe el proceso y los modelos de administración estratégica y sus beneficios.
- Describe el papel de las declaraciones de misión y visión y sus componentes y las redacta.
- Evalúa correctamente el ambiente externo de negocios
- Comprende la importancia de la cultura organizacional y su administración
- Realiza análisis financiero en relación a las estrategias.
- Evalúa correctamente el ambiente interno de la empresa
- Realizará el análisis estratégico de la empresa mediante matrices
- Entiende la dificultad y los problemas de la implementación y el rol de la cultura organizacional
- Usa herramientas estadísticas para la toma de decisiones
- Explica la dificultad de la implementación, los objetivos anuales y la estructura organizacional en relación a las funciones de la empresa.
- Relaciona la estrategia con el marketing y con los estados financieros y sus proyecciones
- Controla y evalúa la implementación de la estrategia
- Ha interiorizado valores éticos empresariales.
- Puede construir un cuadro de mando integral, visualizando la organización desde cuatro perspectivas utilizando mapas estratégicos
- Comprende las diferencias y necesidades al desarrollar un mercado fuera del país.
- Entiende el proceso de la internacionalización de la empresa para el desarrollo de mercados.
- Entiende el rol que juega la Inteligencia artificial en el Planeamiento Estratégico
- Aplica los principios básicos de la teoría de juegos en la toma de decisiones

### V. Metodología

La metodología del curso busca interacción del profesor con el estudiante para lograr la transmisión del conocimiento. Esta interacción requiere de los alumnos, una participación con comentarios sobre la teoría expuesta y su inmediata aplicación a casos que conozca de cerca o que son de dominio público en el ambiente empresarial.

El alumno debe resolver casos empresariales individualmente y en grupo, y realizar presentaciones o exposiciones en clase. Como parte de la metodología de aprendizaje se buscará contrastar las opiniones de los alumnos y llegar a conclusiones válidas estudiando situaciones reales del mundo empresarial. Los alumnos deben presentar

un informe final grupal sobre lo aprendido en los talleres de los casos analizados durante el semestre académico, y deberán exponer este informe de manera grupal.

De la misma forma, deberá presentar un reporte final individual sobre un caso integrador para lo cual se utilizará la “Guía del informe final individual”

El profesor actuará como guía y/o consultor. Se estimulará el análisis crítico de la aplicabilidad de la teoría o los modelos estudiados a la realidad empresarial. Se analizarán informaciones por las distintas empresas del medio, tales como memorias y estados financieros. También se revisarán noticias de los medios de comunicación especializados, los que serán puestos en discusión de clase. Se pondrá especial énfasis en los trabajos en grupo desarrollados en casos/talleres con presencia obligatoria en el salón de clases, además de controles de lectura.

Los talleres deberán ser alojados en el aula virtual en la fecha y hora acordada por el profesor del curso. El profesor podrá requerir una copia de inmediato en clase al terminar el taller o en una fecha posterior.

## VI. Evaluación

El sistema de evaluación es permanente. La nota de la asignatura se obtiene promediando la evaluación permanente (60%), el examen parcial (20%) y el examen final (20%).

La evaluación permanente resulta del promedio ponderado de las siguientes evaluaciones: Controles de lectura/ Prácticas calificadas / Casos prácticos, talleres/ Informe final individual / Exposiciones / Participación en clases / Asistencia, puntualidad y actitud. El promedio de estas calificaciones proporciona la nota correspondiente. La asistencia y la puntualidad se tomarán en cuenta de acuerdo con el reglamento de la Universidad.

Las **Ponderaciones de la Evaluación Permanente (PEP)** se describen en el cuadro siguiente;

El promedio final (**PF**) se obtiene del siguiente modo:

$$PF = (0,20 \times EP) + (0,60 \times PEP) + (0,20 \times EF)$$

**Dónde:**

**PF** = Promedio Final

**EP** = Examen Parcial

**PEP** = Promedio de evaluación permanente y

**EF** = Examen Final

La evaluación permanente resulta del promedio ponderado de las evaluaciones que corresponden al seguimiento del proceso de aprendizaje del alumno: Controles de lectura / Prácticas calificadas / Casos / Exposiciones / Trabajo de investigación / Participación en clases. El promedio de estas calificaciones proporciona la nota correspondiente.

Las ponderaciones al interior de la evaluación permanente se describen en el cuadro siguiente:

<b>EVALUACIÓN PERMANENTE (PEP)</b>		
<b>Tipo de evaluación</b>	<b>Descripción</b>	<b>Ponderación dentro de la nota de la EP %</b>
<b>Prácticas calificadas</b>	2 prácticas calificadas (no se anula ninguna)	20
<b>Talleres</b>	8 talleres grupales + Exposición final de estos talleres (no se anula ninguno)	40
<b>Caso práctico</b>	Un caso práctico final (individual)	25
<b>Otras actividades</b>	Asistencia, puntualidad, participación en clase, evaluaciones repentinas, actividades en aula.	15
<b>TOTAL</b>		100 %

## VII. Contenido programado del curso

SEMANA	CONTENIDOS	ACTIVIDADES / EVALUACIÓN
<p><b>UNIDAD DE APRENDIZAJE I: VISION GENERAL DE LA ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA</b></p> <p><b>RESULTADOS DE APRENDIZAJE:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Describe el proceso y los modelos de administración estratégica y sus beneficios.</li> </ul>		
<p>1°</p> <p>Del 21 al 27 de marzo</p>	<p><b>NATURALEZA DE LA ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA</b></p> <p>1.1 ¿Qué es la administración estratégica?</p> <p>1.2 Etapas de la administración estratégica</p> <p>1.3 Integración de Intuición y análisis</p> <p>1.4 Términos claves de la administración estratégica</p> <p>1.5 El Modelo de Exploración de Johnson, Whittington &amp; Scholes: La posición y el propósito estratégicos y la gobernabilidad</p> <p>1.6 El modelo de la administración estratégica de F. David</p> <p>1.7 Beneficios de la administración estratégica</p> <p>1.8 ¿Por qué algunas empresas no realizan una planeación estratégica?</p> <p>1.9 Errores en la planeación estratégica</p> <p>1.10 Comparación entre la estrategia militar y la empresarial</p> <p>David, Fred R., David, Forest R. (2017) Naturaleza de la Administración Estratégica. (pp.4-22) En <i>Conceptos de administración estratégica</i>. (15ta.ed) México. Ed. Pearson Educación.</p> <p>Johnson G. &amp; Whittington R. &amp; Scholes K. (2011) The Exploring strategy model. (pp.14-16) y Organizational Purpose: Values, Mission, Vision and Objectives (119-124).</p> <p>En Pearson Education Ltd. <i>Exploring Strategy</i>. Harlow, England.</p>	<p>Presentación de la Metodología del curso</p> <p>Revisión de la guía para el trabajo en equipo (elaboración de talleres)</p> <p>Revisión de la guía para presentación de trabajos escritos en la Universidad Esan (normas APA_ Versión 2024)</p> <p>Guía de elaboración de matrices del libro de Fred David.</p> <p>Resumen libro CMI de Kaplan y Norton.</p> <p>Resumen: el modelo de exploración estratégica</p> <p>Resumen: estrategia internacional</p> <p>Caso práctico final (individual)</p>
<p><b>UNIDAD DE APRENDIZAJE II: LA VISIÓN Y LA MISIÓN DE LA EMPRESA Y LA EVALUACIÓN EXTERNA</b></p> <p><b>RESULTADOS DE APRENDIZAJE:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Describe el papel de las declaraciones de misión y visión y sus componentes y las redacta.</li> <li>Evalúa correctamente el ambiente externo de negocios</li> </ul>		

<p>2° Del 01 al 06 de abril</p>	<p><b>LA VISIÓN Y LA MISIÓN DE LA EMPRESA</b>  2.1 ¿En qué queremos convertirnos?  2.2 ¿Cuál es nuestro negocio?  2.3 Proceso de las declaraciones de visión y misión  2.4 Importancia (beneficios) de las declaraciones de visión y misión  2.5 Características de la declaración de la misión  2.6 Componentes de la declaración de misión  2.7 Redacción y evaluación de la declaración de misión</p> <p><b>LA EVALUACIÓN EXTERNA</b>  3.1 Propósito y Naturaleza de las auditorías externas  3.2 Diez fuerzas externas que afectan a las organizaciones  3.3 Modelo de las cinco fuerzas de Porter  3.4 Fuentes de información externa  3.5 Herramientas y técnicas de pronóstico  3.6 Análisis de la Industria (del sector): La Matriz de Evaluación de factores externos (EFE)  3.7 Matriz de perfil competitivo (MPC)</p> <p>David, Fred R., David, Forest R. (2017) La Visión y la Misión de la empresa. (pp. 40-53) Evaluación externa (pp.60-83) En <i>Conceptos de administración estratégica</i>. (15ta.ed) México. Ed. Pearson Educación.</p>	
<p><b>UNIDAD DE APRENDIZAJE III: LA EVALUACION INTERNA – ESTRATEGIAS EN ACCIÓN</b>  <b>RESULTADOS DE APRENDIZAJE:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Comprende la importancia de la cultura organizacional y su administración</li> <li>• Realiza análisis financiero en relación con las estrategias.</li> <li>• Evalúa correctamente el ambiente interno de la empresa</li> </ul>		
<p>3° Del 08 al 13 de abril</p>	<p><b>LA EVALUACIÓN INTERNA</b>  4.1 Naturaleza de una auditoría interna  4.2 Integración de estrategia y cultura  4.3 Gerencia  4.4 Marketing  4.5 Finanzas y contabilidad  4.6 Producción y operaciones  4.7 Análisis de la cadena de valor (ACV)  4.9 Matriz de evaluación de factores internos (EFI)  4.10 Modelos de análisis de problemas</p> <p>David, Fred R., David, Forest R. (2017) Evaluación interna (pp.91-110) y (113-121) En <i>Conceptos de administración estratégica</i>. (15ta.ed) México. Ed. Pearson Educación</p> <p>Nevares L. (2018) Modelos de análisis de Problemas. Manuscrito inédito.</p>	<p>Taller 1  Matriz de Perfil Competitivo (MPC)  Matriz de Evaluación de los Factores Externos (EFE)</p>

<p style="text-align: center;"><b>4°</b></p> <p>Del 15 al 20 de abril</p>	<p><b>ESTRATEGIAS EN ACCIÓN</b></p> <p>5.1 Objetivos de largo plazo  5.2 Tipos de estrategias  5.3 Estrategias de integración  5.4 Estrategias Intensivas  5.5 Estrategias de Diversificación  5.6 Estrategias Defensivas  5.7 Las Cinco estrategias genéricas de Michael Porter  5.8 Medios para lograr estrategias  5.9 Tácticas que facilitan las estrategias  5.10 La administración estratégica en organizaciones gubernamentales y no lucrativas</p>	<p style="text-align: center;">Taller 2  Visión – Misión</p>
<p><b>UNIDAD DE APRENDIZAJE IV: ANALISIS, ELECCIÓN E IMPLEMENTACIÓN DE LA ESTRATEGIA: ADMINISTRACIÓN Y OPERACIONES</b></p> <p><b>RESULTADOS DE APRENDIZAJE:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Realiza el análisis estratégico de la empresa mediante matrices</li> <li>• Entiende la dificultad y los problemas de la implementación y el rol de la cultura organizacional</li> <li>• Usará herramientas estadísticas para la toma de decisiones</li> </ul>		
<p style="text-align: center;"><b>5°</b></p> <p>Del 22 al 27 de abril</p>	<p><b>ANÁLISIS Y ELECCIÓN DE LA ESTRATEGIA</b></p> <p>6.1 El proceso del análisis y la elección de estrategias  6.2 Modelo analítico para la formulación de estrategias  6.3 Matriz de fortalezas-debilidades-oportunidades-amenazas FODA  6.4 Matriz de posición estratégica y evaluación de la acción (SPACE-PEYEA)  6.5 Matriz del Boston Consulting Group (BCG)  6.6 Matriz Interna-externa (IE)  6.7 Matriz de la estrategia principal  6.8 Etapa de decisión la Matriz cuantitativa de la planeación estratégica (MCPE)  6.6 Introducción a las herramientas estadísticas para la toma de decisiones.  6.7 Aspectos culturales en la elección de la estrategia  6.8 Las políticas para la elección de la estrategia  6.9 Cuestiones de gobernanza</p>	<p style="text-align: center;">Taller 3  Matriz FODA</p>
<p>David, Fred R., David, Forest R. (2017) Análisis y elección de la Estrategia (pp.168-196) En <i>Conceptos de administración estratégica</i>. (15ta.ed) México. Ed. Pearson Educación  Nevares L. (2018) <i>Introducción a las Herramientas estadísticas para la Toma de decisiones</i>. Manuscrito inédito.</p>		



<p>6°</p> <p>Del 29 de abril al 04 de mayo</p>	<p><b>IMPLEMENTACIÓN DE LA ESTRATEGIA: TEMAS DE ADMINISTRACIÓN Y OPERACIONES</b></p> <p>7.1 De la formulación a la implementación de las estrategias</p> <p>7.2 Necesidad de Objetivos anuales claros</p> <p>7.3 Necesidad de Políticas claras</p> <p>7.4 Asignación de recursos y Administración del conflicto</p> <p>7.5 Alinear estructura y estrategia</p> <p>7.6 Temas de producción / operaciones estratégicas</p> <p>7.7 Cuestiones estratégicas relativas a los recursos Humanos</p> <hr/> <p>David, Fred R., David, Forest R. (2017) Implementación de estrategias, temas de administración, operaciones y recursos humanos (pp.206-214) y (pp. 222-237) En <i>Conceptos de administración estratégica</i>. (15ta.ed) México. Ed. Pearson Educación</p>	<p>Práctica calificada 1 (De 1.1 a 5.10)</p> <p>Taller 4 Matriz PEYEA</p>
<p><b>UNIDAD DE APRENDIZAJE V: IMPLEMENTACIÓN DE ESTRATEGIAS: MARKETING, FINANZAS Y CONTABILIDAD</b></p> <p><b>RESULTADOS DE APRENDIZAJE:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Explica la dificultad de la implementación, los objetivos anuales y la estructura organizacional en relación a las funciones de la empresa.</li> <li>• Relaciona la estrategia con el marketing y con los estados financieros y sus proyecciones</li> </ul>		
<p>7°</p> <p>Del 06 al 11 de mayo</p>	<p><b>IMPLEMENTACIÓN DE ESTRATEGIAS: TEMAS DE MARKETING, FINANZAS, CONTABILIDAD.</b></p> <p>8.1 Temas estratégicos de marketing</p> <p>8.2 Marketing de medios sociales</p> <p>8.3 Segmentación de mercado</p> <p>8.4 Posicionamiento de producto y mapeo perceptual</p> <p>8.5 Temas de finanzas / contabilidad</p> <p>8.6 Adquisición de capital.</p> <p>8.7 Estados financieros proyectados</p> <p>8.8 Determinación del valor de una empresa</p> <hr/> <p>David, Fred R., David, Forest R. (2017) Implementación de estrategias, temas de marketing, finanzas/contabilidad, investigación y desarrollo (pp.244-266) En <i>Conceptos de administración estratégica</i>. (15ta.ed) México. Ed. Pearson Educación</p>	<p>Taller 5 Matriz IE</p> <p>Taller 6 Productos Culturales</p>
<p>8°</p> <p>Del 13 al 18 de mayo</p>	<p><b>EXÁMENES PARCIALES (De 1.1 a 8.8)</b></p>	
<p><b>UNIDAD DE APRENDIZAJE VI: EVALUACION Y CONTROL DE LA ESTRATEGIA</b></p> <p><b>RESULTADOS DE APRENDIZAJE:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Controla y evalúa la implementación de la estrategia</li> </ul>		

<p>9°</p> <p>Del 20 al 25 de mayo</p>	<p><b>REVISIÓN, EVALUACIÓN Y CONTROL DE LA ESTRATEGIA</b></p> <p>9.1 Proceso, criterios y métodos de evaluación de estrategias</p> <p>9.2 Las tres actividades para la evaluación de estrategias</p> <p>9.3 Balanced Scorecard – BSC - introducción</p> <p>9.4 Fuentes de información publicadas acerca de la evaluación de estrategias</p> <p>9.5 Características de un sistema de evaluación de estrategia efectivo</p> <p>9.6 Planeación de contingencias</p> <p>9.7 Auditorías</p> <p>9.8 Retos del siglo XXI en la administración estratégica.</p> <p>9.9 Lineamientos para una administración estratégica eficaz</p> <hr/> <p>David, Fred R., David, Forest R. (2017) Revisión, evaluación y control de estrategias (pp.280-299) En <i>Conceptos de administración estratégica</i>. (15ta.ed) México. Ed. Pearson Educación</p>	<p>Taller 7</p> <p>Matriz Cuantitativa de la Planeación Estratégica (MCPE)</p>
<p><b>UNIDAD DE APRENDIZAJE VII: ÉTICA DE NEGOCIOS – EL CUADRO DE MANDO INTEGRAL, MAPAS ESTRATEGICOS</b></p> <p><b>RESULTADOS DE APRENDIZAJE:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ha interiorizado valores éticos empresariales.</li> <li>• Puede construir un cuadro de mando integral, visualizando la organización desde cuatro perspectivas utilizando mapas estratégicos</li> </ul>		
<p>10°</p> <p>Del 27 de mayo al 01 de junio</p>	<p><b>ÉTICA DE NEGOCIOS, RESPONSABILIDAD SOCIAL Y SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL</b></p> <p>10.1 ¿Porqué “la ética es un buen negocio”?</p> <p>10.2 La Denuncia, el soborno y las relaciones</p> <p>10.3 Políticas y Responsabilidad social</p> <p>10.4 Sostenibilidad ambiental</p> <p>10.5 Bienestar de la vida silvestre</p> <p><b>EL CUADRO DE MANDO INTEGRAL (Balanced Scorecard)</b></p> <p>11.1 La medición y la gestión en la era de la información</p> <p>11.2 ¿Por qué necesitan las empresas un cuadro de mando integral?</p> <p>11.3 La perspectiva financiera</p> <hr/> <p>David, Fred R., David, Forest R. (2017) Ética de negocios, responsabilidad social y sostenibilidad ambiental (pp.306-322) En <i>Conceptos de administración estratégica</i>. (15ta.ed) México. Ed. Pearson Educación</p> <hr/> <p>Kaplan R.S &amp; Norton D.P. (2009) La medición y la gestión en la era de la información (pp. 23-39), ¿Porque necesitan las empresas un cuadro de mando integral? (pp. 41-60), La perspectiva financiera (pp. 69-87) En <i>Gestión 2000. El cuadro de mando integral</i>. Barcelona, España</p>	<p>Revisión y avance del caso práctico final (individual)</p>

<p><b>11°</b> Del 03 al 08 de junio</p>	<p>11.4 La perspectiva del cliente 11.5 La perspectiva del proceso interno. 11.6 La perspectiva de aprendizaje y crecimiento. Indicadores que faltan</p> <p>Kaplan R.S &amp; Norton D.P. (2009), La perspectiva del cliente (pp. 89-121) La perspectiva del proceso interno (pp.123-140 y 150-152) La perspectiva de aprendizaje y crecimiento (pp.161-185) En <i>Gestión 2000. El cuadro de mando integral</i>. Barcelona</p> <p>Kaplan R.S &amp; Norton D.P. (2012) Mapas Estratégicos (pp. 61-65 y 78-79 y 82-85), <i>Mapas Estratégicos En Gestión 2000</i>, Barcelona.</p>	<p>Revisión y avance del caso práctico final (individual)</p>
<p><b>UNIDAD DE APRENDIZAJE VIII: ESTRATEGIA INTERNACIONAL Y ESTRATEGIA DE NEGOCIOS EN LA ERA DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL</b> <b>RESULTADOS DE APRENDIZAJE:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Comprende las diferencias y necesidades al desarrollar un mercado fuera del país.</li> <li>• Entiende el proceso de la internacionalización de la empresa para el desarrollo de mercados</li> <li>• Entiende el rol que juega la Inteligencia artificial en el Planeamiento Estratégico</li> </ul>		
<p><b>12°</b> Del 10 al 15 de junio</p>	<p><b>ESTRATEGIA Y TEMAS GLOBALES E INTERNACIONALES</b> 13.1 Introducción 13.2 Conductores (Drivers) para la internacionalización 13.3 Fuentes geográficas de ventajas 13.4 Ventaja local: El diamante de Porter 13.5 La red de valor internacional 13.6 Estrategias internacionales 13.7 Selección y entrada a los mercados 13.8 Internacionalización y desempeño 13.9 La naturaleza de hacer negocios a nivel global 13.10 Organizaciones multinacionales 13.11 Ventajas y desventajas de las operaciones internacionales</p> <p>Johnson G. &amp; Whittington R. &amp; Scholes K. (2011) <i>International Strategy</i> (pp. 265-272) y (pp 274-286). En Pearson Education Ltd. <i>Exploring Strategy</i>. Harlow, England</p> <p>David, Fred R., David, Forest R. (2017) Temas globales e internacionales (pp.330-338) En <i>Conceptos de administración estratégica</i>. (15ta.ed) México. Ed. Pearson Educación</p>	<p>Taller 8</p> <p>BSC, Mapa estratégico e indicadores.</p>
<p><b>13°</b> Del 17 al 22 de junio</p>	<p><b>ESTRATEGIA DE NEGOCIOS EN LA ERA DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL</b> 13.10 Estrategia de negocios con IA 13.11 Estrategia corporativa con IA 13.12 La cadena de valor de la IA 13.13 Estrategia de innovación con IA</p> <p>E Minh Trinh (2022) <i>The AI Strategy Handbook</i> (pp. 6-54) (1ra. ed) New York, Rodeo Press.</p>	<p>Práctica calificada n°2 (De 9.1 a 13.13)</p>

<b>UNIDAD DE APRENDIZAJE IX: TEORIA DE JUEGOS.</b> <b>RESULTADOS DE APRENDIZAJE:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aplica los principios básicos de la teoría de juegos en la toma de decisiones</li> </ul>		
<b>14°</b>  Del 24 al 28 de junio	<b>TEORÍA DE JUEGOS</b> 14.1 Mirar hacia adelante y razonar hacia atrás 14.2 Conoce a tu rival 14.3 Encontrar la estrategia dominante 14.4 La estrategia conforma la estructura de rendimientos del juego.  Hill, C. W. L. & Jones, G. (2009) <i>Administración estratégica</i> . (pp. 214-221) En Mc Graw Hill. México.	Entrega definitiva del caso práctico final (individual)  Fecha: viernes 28 de junio, hasta las 3:00 p.m. en el aula virtual
<b>15°</b>  Del 01 al 06 de julio	<b>EXPOSICIONES DE LOS TRABAJOS FINALES GRUPALES</b> (EN BASE A LOS TALLERES 2 A 8)	
<b>16°</b>  Del 08 al 13 de julio	<b>EXÁMENES FINALES</b> (De 9.1 a 14.4)	

## VIII. Referencias

### Bibliografía Básica:

#### Libros de texto

David, Fred R., David, Forest R. (2017) *Conceptos de administración estratégica*. (15ta.ed) México. Ed. Pearson Educación.

Kaplan, R.S., & Norton, D.P (2009) *El Cuadro de mando integral (The Balanced Scorecard)* (3ra. Ed). Barcelona: Gestión 2000.

Johnson G. & Whittington R. & Scholes K. (2011). *Exploring Strategy*. (9th ed) Harlow, England. Prentice Hall,

Hill, C. W. L. & Jones, G. (2009) *Administración estratégica*. (8va. ed) México, Mc Graw Hill.

#### Papers y manuscritos

Nevares L. (2018) *Modelos de análisis de Problemas*. Manuscrito inédito.

Nevares L. (2018) *Introducción a las Herramientas estadísticas para la Toma de decisiones*. Manuscrito inédito.

## **Caso práctico individual**

Caso final individual: Luis Nevares Robles.

### **Bibliografía Complementaria:**

Kaplan, R. S., & Norton, D.P. (2009) *Como utilizar el Cuadro de mando integral* (2da. Ed) Barcelona. Gestión 2000.

Kaplan, R. S., & Norton, D.P. (2004) *Mapas estratégicos*. 1ra. ed. Barcelona. Gestión 2000,

Robert S. Kaplan, David P. Norton (2006) *Cómo implementar una nueva estrategia sin perturbar a su organización*. Harvard Business Review, Págs 2-11

Robert S. Kaplan, David P. Norton (2007) *Usar el Blanced Scorecard como un sistema de gestión estratégica*. Harvard Business School, Págs 3-13

Hitt, Ireland and Hoskisson (2013) *Strategic management: Competitiveness & globalization*, (11th ed) Thompson,

## **IX. Soporte de laboratorio**

No requiere

## **X Profesores**

Amesquita Cubillas, Fidel  
[famesquita@esan.edu.pe](mailto:famesquita@esan.edu.pe)

Nevares Robles, Luis  
[lnevares@esan.edu.pe](mailto:lnevares@esan.edu.pe)

Ostos Mariño, Jhony  
[jostos@esan.edu.pe](mailto:jostos@esan.edu.pe)

Sáenz Arteaga, Arturo  
[asaenz@esan.edu.pe](mailto:asaenz@esan.edu.pe)

