IDENTIFICACIÓN DE LA ASIGNATURA		
Facultad de Estudios a Distancia – FESAD		
Escuela: Ciencias Administrativas y Económicas		
Programa: **ADMINISTRACIÓN COMERCIAL Y FINANCIERA**	Código: **8110212**	Plan: **15081**
Asignatura/módulo: **ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA**		
Semestre al cual pertenece la asignatura/módulo: **VIII**	Periodo académico: II - **2025**	

APOYO TUTORIAL		
Nombre Docente	**Información de Contacto**	**CREADS**

PERFIL DEL EGRESADO

El Profesional en Administración Comercial y Financiera, el perfil de egreso da la capacidad de administrar empresas multisectoriales de manera proactiva e innovadora, con un direccionamiento estratégico de las organizaciones en un contexto global desde una perspectiva de la ética con el propósito de responder a los objetivos del desarrollo sostenible. Trabaja en equipos interdisciplinares con sentido crítico para asumir el compromiso con la profesión, con la empresa y dando respuesta a las necesidades del entorno.

PROPOSITO DE FORMACIÓN

Esta asignatura busca que el estudiante del programa en Administración Comercial y Financiera, se apropie de los conceptos y fundamentos de administración estratégica, desarrollando y diseñando estrategias a partir del análisis interno y externo de las empresas de la región, para su posterior selección y puesta en marcha de las mismas, con el propósito de contribuir en el crecimiento y desempeño empresarial, para una efectiva toma de decisiones y correcta planeación.

COMPETENCIAS DEL PROGRAMA

Competencias Generales

Aquellas necesarias para la formación del profesional integral en cuanto al SABER – SER. Los egresados de la Administrador Comercial y Financiera serán personas íntegras, con capacidades, valores y actitudes que respondan a las diferentes circunstancias que se presentan en las empresas, en cuanto al relacionamiento con las demás personas, el trabajo en equipo y la orientación al logro.

Competencias Transversales

En cuanto al *saber-saber*, en la formación por competencias, las estrategias planteadas ayudan a formar estructuras cognitivas con el propósito de que los estudiantes sean creativos, innovadores y asertivos y no solo reproductores de lo que se les ha enseñado, de tal forma que el conocimiento global se va disgregando y trabajando acorde con las necesidades del entorno, la empresa y la educación, para una aplicabilidad óptima y efectiva en contexto real.

COMPETENCIAS DE LA ASIGNATURA

En la sociedad globalizada de industrias complejas, se desarrollan competencias técnicas e intelectuales. Para el *saber-hacer*, el administrador debe combinar una serie de competencias relacionadas con la formación para diseñar, implementar y controlar procesos de gestión, tendientes a optimizar el buen funcionamiento en unidades, departamentos o direcciones del área Comercial y Financiera de empresas tanto públicas como privadas, insertas en las asignaturas dentro del plan de estudios del programa.

Al final de esta asignatura/modulo el estudiante estará en capacidad de:

COMPETENCIA COGNITIVA: Apropiar de los conocimientos que comprende la asignatura mediante las técnicas de aprendizaje autónomo, incorporando estrategias que le permitan interrelacionarlos y aplicarlos en situaciones reales del entorno.

COMPETENCIA COMUNICATIVA: Asociar con el contexto disciplinar y socio cultural realizando el proceso de interpretar contenidos, argumentar problemas y proponer soluciones.

COMPETENCIA VALORATIVA: Desarrollar el saber ser mediante la interacción en equipos de trabajo y a través del el dialogo de razones se reconoce el valor de los argumentos del otro.

COMPETENCIA SOCIO-AFECTIVA: Hacer uso de vínculos de confianza entre compañeros que permite generar conductas, motivaciones y generación de ideas para que los estudiantes puedan vivir en comunidad.

Competencias específicas del curso:

Al final de esta asignatura/modulo el estudiante estará en capacidad de:

- Comprender el proceso de administración estratégica y sus tres actividades principales.
- Desarrollar la formulación de estrategias que beneficiaran a la empresa, en la toma de decisionesque vinculen a la organización con nuevos productos, mercados, recursos y tecnologías.
- Mostrar la existencia de controles estratégicos y planes organizacionales adecuados, para poner en práctica las estrategias planteadas.
- Explicar las estrategias implementadas para obtener información ya sea del no funcionamiento o posibles modificaciones de las mismas.

METODOLOGÍA

La metodología corresponde a la modalidad de **educación Virtual**, por lo que asumir la actividad académica propuesta, implica que el estudiante debe garantizar la obtención de los medios de interacción con la comunidad académica tales como: el celular, Internet, computador, textos y medios escritos. La Institución educativa garantizará la contratación del docente, plataforma virtual, y demás recursos tecnológicos de comunicación e información.

Se tiene en cuenta el Aprendizaje Autónomo como elemento central del proceso educativo, que estimula al estudiante para que sea el autor de su propio desarrollo y en especial construya por sí mismo su conocimiento, bajo la orientación y acompañamiento del tutor, teniendo en cuenta los pilares de la UNESCO como: aprender a conocer, aprender a hacer, aprender a vivir juntos y aprender a ser.

Se orienta al aprendiente a través de los siguientes pasos metodológicos:

Diseño de guía de autoaprendizaje con los siguientes componentes: Información institucional, apoyo tutorial que hace referencia a la información del docente y el entorno en que se desempeña, datos del perfil profesional, propósitos del curso, contenido temático del curso, actividades para el desarrollo del curso, tiempos para el desarrollo de productos, fuentes de consulta bibliográfica e infográfica.
Acompañamiento permanente a través de las tecnologías de la información y la comunicación y sesiones tutoriales sincrónicas para la interacción de los actores del proceso de aprendizaje.
El estudiante debe verificar su inscripción dentro del curso virtual en la plataforma Moodle y el acceso a todos los recursos de trabajo, en caso de detectarse problemas, debe remitirse a la oficina de educación virtual de la UPTC para reportar la situación.
A través de la valoración, validación (retroalimentación) y evaluación se presentan los resultados del trabajo académico del docente y del aprendiente.
El aprehendiente cuenta con unas herramientas de comunicación con el docente, como son: el correo electrónico, los foros, los mensajes internos por plataforma, el teléfono celular, aplicaciones de mensajería como WhatsApp, las video llamadas por internet, y el chat de soporte. Este último será programado por el tutor indicando la hora, la fecha y el tema a tratar.
Los espacios de tutoría sincrónica, son oportunidades que todos los estudiantes tienen para resolver algunas dudas acerca de los temas de la asignatura, por lo que es importante la asistencia de acuerdo con el horario del respectivo del cread, el cual ha sido programado con anterioridad.

Recomendaciones para el estudiante:

- Tener presente el calendario establecido por la Universidad, y recuerde que el semestre académico es de 16 semanas. Puede consultarlo en cada CREAD, en la página web de la Universidad o en la página web de la Escuela: http://administrativafesad.wixsite.com/ecae
- Utilizar la cuenta de correo electrónico institucional y/o la plataforma virtual para cualquier consulta con el tutor.
- Las actividades de aprendizaje se deben enviar al docente asignado como tutor, únicamente a través de la plataforma virtual, completamente terminadas y en las fechas establecidas.
- En la metodología de educación Virtual es recomendable aprovechar el encuentro sincrónico para superar dudas y reforzar los conceptos vistos en la plataforma. Se debe tener en cuenta que sí es obligatorio cumplir con la entrega de actividades y presentación de evaluaciones en las fechas establecidas en el calendario.

Respeto a los Derechos de Autor

En todas las actividades académicas se deben respetar los Derechos de Autor citando y referenciando adecuadamente, (Normas APA). Recuerde que copiar total o parcialmente obras o trabajos de otras personas presentándolas como propias sin la debida citación, se considera

Plagio. Situación legalmente prohibida y también contemplada en el Reglamento Estudiantil (Acuerdo 097 de 2006), que en el Literal J del Artículo 104 señala que son deberes de los estudiantes, entre otros: "… Respetar los Derechos de Autor", y en el Literal H del Artículo 105 indica que los estudiantes no podrán adoptar las siguientes conductas: "… la falsificación de documentos académicos o administrativos.

EVALUACIÓN

La evaluación tiene como objetivo central, examinar el dominio y comprensión de los contenidos de laasignatura tanto en lo teórico, conceptual, metodológico y bibliográfico. La evaluación de la asignaturase realizará en dos partes iguales (primer 50%, segundo 50%).

PRIMER 50%: Mediante la entrega de las actividades propuestas y *la participación en la plataforma* se evaluarán los conocimientos adquiridos en el desarrollo de las unidades comprendidas entre la semana 1 hasta semana 8 del calendario académico. Se programarán Talleres, Foros, Evaluaciones virtuales y otras que el docente tutor considere pertinente para lograr los objetivos del curso.

SEGUNDO 50%: Mediante la entrega de las actividades propuestas y *la participación en la plataforma* se evaluarán los conocimientos adquiridos en el desarrollo de las unidades comprendidas
entre la semana 9 hasta semana 16 del calendario académico. Se programarán Talleres, Foros,
Evaluaciones virtuales y otras que el docente tutor considere pertinente para lograr los objetivos delcurso.

HABILITACIONES: Semana 17.

FUENTES DE INFORMACIÓN SUGERIDAS

Bibliográficos:

Benavides, A.**,** & Alzate, D. (2023). *Aplicación de herramientas estratégicas en pymes del sector agroindustrial colombiano*. Revista *Pensamiento Gerencial*, 22(2), 45–63. https://revistas.uptc.edu.co/index.php/pensamiento_gerencial/article/view/13524

*Estrada***,** F. (2023). *gestión estratégica* Interact Latam. https://www.interactsolutions.com/es/8-libros-sobre-gestion-estrategica-para-leer-en-2022/

Flores *Romero*, M. B., & González Santoyo, F. (2023). *La dirección estratégica y su impacto en el desarrollo de la empresa de clase mundial*. IAIDRES. iaidres.org.mx

González, M. F.**,** & Zapata, J. D. (2023). *Planeación estratégica aplicada: herramientas para el análisis competitivo*. Universidad del Quindío. https://bdigital.uniquindio.edu.co/handle/001/7482

Hitt, M. A., Ireland, R. D., & Hoskisson, R. E. (2023). *Administración estratégica: Competitividad y globalización* (14.ª ed.). Cengage Learning.

Hill, C. W. L., Schilling, M. A., & Jones, G. R. (2022). *Administración estratégica: Teoría: una integración competitiva* (13.ª ed.). McGraw-Hill Education.

Jurevicius, O. (2024). *Matriz de crecimiento – participación (BCG)*. Strategic Management Insight [versión traducida]. https://strategicmanagementinsight.com/es/tools/bcg-matrix-growth-share/

Thompson, A. A. (2023). *Administración estratégica: conceptos y casos* (23ª ed.). McGraw-Hill. Interact Solutions+10bibliotecadigitaldebogota.gov.co+10adrain111.files.wordpress.com+10.

Recursos Digitales UPTC.

David, F. R., & David, F. R. (2022). *Conceptos de administración estratégica* (16.ª ed.). Pearson Educación.

Gustavo Paniego, A. (2023) *Administración estratégica del turismo: Planificación y gestión de la empresa turística*. Ugerman Editor. *Digitalia*, https://www-digitaliapublishing-com.biblio.uptc.edu.co/a/137099

Hernández, Cristian Germán. (2020). Planeamiento Estratégico Prospectivo: Métodos Mactor y Smic. Dimensión Empresarial, 18(1), 170-175. https://doi.org/10.15665/dem.v18i(1).2127

Hitt, M. A., Ireland, R. D., & Hoskisson, R. E. (2023). *Administración estratégica: Competitividad y globalización: conceptos y casos* (14.ª ed.). Cengage Learning.

Sánchez Rueda, N. (2021). Gestión de costos de producción en la estructuración de una estrategia competitiva. En M. E. Uribe Macías (Coord.), *Modelo de gestión para empresas de servicios intensivos en conocimiento* (pp. 139–157). Editorial UPTC. https://repositorio.uptc.edu.co/handle/001/3332

Porck, J. P., & Haas, M. De. (2020). Do Group and Organizational Identification Help or Hurt Intergroup Strategic Consensus? 46(2), 234–260. https://doi.org/10.1177/0149206318788434

Serna Gómez, H. (2021). *Fundamentos de administración: enfoque por procesos* (10.ª ed.). Ecoe Ediciones

Uribe Macías, M. E. (2021). *Administración estratégica: Modelo de aplicación para organizaciones latinoamericanas*. Ediciones de la U. https://www.perlego.com/es/book/2729562/

UPTC. (2023). *Factores de éxito en la competitividad de destinos turísticos en Boyacá*. Editorial UPTC. https://repositorio.uptc.edu.co/handle/001/5675

DESARROLLO DE UNIDADES.

PRIMER 50%

UNIDAD 1. FUNDAMENTOS DE ADMINISTRACION ESTRATEGICA.

Tema 1. Definición de Administración Estratégica.

Tema 2. Proceso de Administración Estratégica.

Tema 3. Ventajas de la Administración Estratégica.

Tema 4. Barreras de la Planeación Estratégica.

Tema 5. Ética empresarial y Administración Estratégica.

Tema 6. Perspectiva de la Administración Estratégica.

Tema 7. Coherencia de la orientación estratégica.

UNIDAD 2. FORMULACION ESTRATEGICA.

TEMA 1. VISION Y MISION DE LA EMPRESA.

Subtema 1. Visión Organizacional.
Subtema 2. Declaración de la Misión.
Subtema 3. Objetivos Estratégicos.
Subtema 4. Políticas y Estrategias.

TEMA 2. ANÁLISIS DE LOS FACTORES EXTERNOS DE LA EMPRESA.

Subtema 1. Entorno general.
Subtema 2. Entorno de la competencia.
Subtema 3. Modelo de las 5 fuerzas de Porter.
Subtema 4. Formulación de la Matriz de Evaluación de los factores externos E.F.E.
Subtema 5. Formulación de la Matriz del Perfil Competitivo M.P.C.
Subtema 6. Evaluación del desempeño de la empresa

TEMA 3. ANALISIS DE LOS FACTORES INTERNOS DE LA EMPRESA

Subtema 1. Análisis de la cadena de valor
Subtema 2. Cadena de valor en las empresas de servicios
Subtema 3. Visión de la empresa basada en los recursos
Subtema 4. Recursos de la empresa y ventaja competitiva sostenible
Subtema 5. Análisis de los índices financieros
Subtema 6. Formulación de la matriz de los factores internos

SEGUNDO 50%

UNIDAD 3. IMPLEMENTACION Y EVALUACION DE LA ESTRATEGIA.

TEMA 1. NATURALEZA DE IMPLEMENTACION DE LA ESTRATEGIA.

Subtema 1. Objetivos, políticas
Subtema 2. Tipos de estrategias
Subtema 3. Formulación estratégica
Subtema 4. Matriz DOFA

TEMA 2. SELECCIÓN Y ANALISIS DE LA ESTRATEGIA

Subtema 1. Estructura de la estrategia.
Subtema 2. Reestructuración, Reingenie
Subtema 3. Implementación de estrategias.
Subtema 4. Matriz de la Gran estrategia.
Subtema 5. Matriz de posición estratégica y evaluación de acción. PEEA.

Tema 3. EVALUACIÓN DE LA ESTRATEGIA

Subtema 1. Proceso de evaluación de la estrategia
Subtema 2. Análisis de factores internos y externos de las estrategias implementadas.
Subtema 3. Medición del desempeño organizacional.
Subtema 4. Matriz del Boston Consulting Group BCG.
Subtema 4. Acciones Correctivas.

PROGRAMACIÓN DE ACTIVIDADES EVALUABLES					
PRIMER 50%					
No.	**Actividad**	**Unidad Evaluada**	**Forma de entrega**	**Plazo**	**% de Evaluación**
1	Actividad 1	Unidad 1	Individual	Semana 4	40%
2	Actividad 2	Unidad 2	Grupal	Semana 7	40%
3	Prueba Integral	Unidad 1 y 2	Individual	Semana 7	20%
SEGUNDO 50%					
4	Actividad 3	Unidad 3	Individual	Semana 11	40%
5	Actividad 4	Unidad 3	Grupal	Semana 13	40%
6	Prueba Integral	Unidad 3	Individual	Semana 15	20%
HABILITACIÓN		**Unidades 1,2 y 3**	**Individual**	**Semana 17**	**100%**

PRIMER 50%			
UNIDAD 1			
COMPETENCIA	**RESULTADO DE APRENDIZAJE**	**ACTIVIDAD**	**EVIDENCIA**
Analizar los elementos básicos de la administración estratégica, sus diversas áreas de acción y la interacción entre la organización y los grupos de interés.	Analiza los elementos básicos de la administración estratégica, sus diversas áreas de acción y la interacción entre la organización y los grupos de interés y se genere ventaja competitiva. Interpreta la misión, visión y objetivos corporativos y la	Relaciona los elementos básicos de la administración estratégica para su aplicación a la actividad empresarial, según empresas analizadas. Interpreta la misión, visión y objetivos corporativos y la importancia de su definición en la empresa, que se refleja en la cultura empresarial.	Taller que refleje la aplicación de los elementos básicos de la administración estratégica, sus diversas áreas de acción y la interacción entre la organización objeto de estudio y los grupos de interés, que se identifica en la proyección de la cultura empresarial.

	importancia de su definición en la empresa, que se refleja en la cultura empresarial.		
UNIDAD 2			
COMPETENCIA	**RESULTADO DE APRENDIZAJE**	**ACTIVIDAD**	**EVIDENCIA**
Asociar las fases del diagnóstico empresarial y analizar el entorno externo e interno que rodea el desarrollo empresarial.	Asocio las fases del diagnóstico empresarial y analizo el entorno externo e interno que rodea el desarrollo empresarial.	• Con base en la información de las empresas mencionadas realizar y argumentar los resultados de los siguientes matices de evaluación: 1. Formular la Matriz del Perfil Competitivo MPC y hacer el análisis respectivo de la matriz. 2. Formular la Matriz de Evaluación de los Factores Externos E.F.E. Para esto determinar 3 oportunidades y 3 amenazas como mínimo. Argumente el análisis de la matriz. 3. Formular la Matriz de Evaluación de los Factores Internos E.F.I. Para esto determinar 3 debilidades y 3 fortalezas como mínimo. Argumente el análisis respectivo de la matriz. 4. Establecer las estrategias para minimizar el impacto negativo de la debilidades y amenazas.	Taller con: 1. Formular la Matriz del Perfil Competitivo MPC y hacer el análisis respectivo de la matriz. 2. Formular la Matriz de Evaluación de los Factores Externos E.F.E. Para esto determinar 4 oportunidades y 4 amenazas como mínimo. Argumente el análisis de la matriz. 3. Formular la Matriz de Evaluación de los Factores Internos E.F.I. Para esto determinar 4 debilidades y 4 fortalezas como mínimo. Argumente el análisis respectivo de la matriz. 4. Establecer las estrategias para minimizar el impacto negativo de las debilidades y amenazas.
UNIDAD 3			
COMPETENCIA	**RESULTADO DE APRENDIZAJE**	**ACTIVIDAD**	**EVIDENCIA**
Interpretar las estrategias planteadas según las necesidades de la empresa y	Interpreta las estrategias planteadas según las necesidades de la empresa y formular un plan de acción que permita	1. Formular la matriz de la Gran Estrategia, para las empresas seleccionadas y elaborar el análisis respectivo de la matriz.	Taller que presente el desarrollo de los siguientes ítems: 1. Matriz de la Gran Estrategia para cada una de las empresas seleccionadas y respectivo análisis de la matriz.

formular un plan de acción que permita desarrollar las estrategias empresariales. Formular la estrategia, de acuerdo al contexto de la organización.	desarrollar las estrategias empresariales. Formula la estrategia, de acuerdo al contexto de la organización.	2. Formular la Matriz de Posición Estratégica y Evaluación de Acción PEEA y su análisis. Para tal fin se deben considerar los factores que se incluyeron previamente en las matrices EFE y EFI. Respectivamente. 3.. Realizar la Matriz Boston Consulting Group BCG o portafolio de negocios, basada en dos dimensiones: Índice de crecimiento de la industria y Participación relativa en el mercado. Argumente su análisis.	2. Matriz de posición estratégica y evaluación de acción PEEA, como herramienta para determinar las estrategias organizacionales adecuadas en dos aspectos los cuales son la posición competitiva y el crecimiento del mercado. 3.. Realizar la Matriz Boston Consulting Group BCG o portafolio de negocios, basada en dos dimensiones: Índice de crecimiento de la industria y Participación relativa en el mercado. Para cada empresa analizada.

Interpretar el modelo de gestión empresarial a través de las 5 Fuerzas de Porter, para las empresas seleccionadas. Interpretar la Medición del desempeño empresarial, a través de los indicadores cualitativos.	Interpreta el modelo de gestión empresarial a través de las 5 Fuerzas de Porter, para las empresas seleccionadas. Interpreta la Medición del desempeño empresarial, a través de los indicadores cualitativos.	1. Aplicar el modelo de gestión empresarial que se identifica en ***Las 5 fuerzas de Porter***, a las empresas analizadas para maximizar los recursos y superar a la competencia, que permita posicionar una ventaja competitiva y crear un valor único y distinto para el cliente. 2. Realizar la ***medición del desempeño*** de las empresas seleccionadas, a través de los indicadores cuantitativos que permite analizar el desempeño en diferentes periodos y el desempeño con relación a sus competidores. Tener en cuenta los factores de medición: materia prima, tecnología, capital, recurso humano, estados financieros, entre otros, que consideren inciden para cumplir los objetivos y la eficiencia de los procesos.	Taller análisis de empresas seleccionadas del entorno, que contiene la aplicación de los temas Las 5 fuerzas de Porter y la medición del desempeño de las empresas, con relación a sus competidores, para cumplir con los objetivos planeados. Para que la alta dirección pueda tomar decisiones.

OBSERVACIONES

El uso del material multimedia dispuesto en la Plataforma Virtual es obligatorio, y totalmente necesario para realizar las actividades de aprendizaje de cada tema. Allí se dispondrá material de apoyo para consulta del estudiante y se propondrán actividades de aprendizaje colaborativo. La comunicación permanente con su tutor a través de los medios virtuales es indispensable para llevar a feliz término su proceso y además permitirá al docente verificar su nivel de competencia en el manejo de estas herramientas.

Una vez ingresadas las calificaciones al sistema, el estudiante tiene tres días para hacer cualquier reclamación; superado este tiempo se asumirá la conformidad por parte del estudiante. (Artículo 73 Acuerdo 097 de 2006).

Autor(es) de la Guía:	**Jenny Lizeth Sánchez Hernández** Administradora Industrial

Revisor de la Guía:	**Gloria Vargas Soracá** Administradora de Empresas

Director de Escuela:	**José Irenarco Pedraza Suárez** Director Escuela de Ciencias Administrativas y Económicas