

IDENTIFICACIÓN

CURSO	:	ESTRATEGIA DE NEGOCIOS. COMPETENCIA Y COOPERACIÓN.
TRADUCCIÓN	:	BUSINESS STRATEGY. COMPETITION AND COOPERATION.
SIGLA	:	DMD3157
CRÉDITOS	:	10
MÓDULOS	:	01
REQUISITOS	:	SIN REQUISITOS
RESTRICCIONES	:	170401, 170402, 170403, 170404, 170405 O 170406
CONECTOR	:	NO APLICA
CARÁCTER	:	OPTATIVO
TIPO	:	CÁTEDRA
CALIFICACIÓN	:	ESTANDAR
PALABRAS CLAVE	:	ESTRATEGIA, COMPETENCIA, NEGOCIOS, CASOS.
NIVEL FORMATIVO	:	MAGÍSTER.

I. DESCRIPCIÓN DEL CURSO

En este curso, los estudiantes comprenderán los fundamentos de la estrategia empresarial adecuados a una audiencia dedicada a la asesoría legal corporativa. Al finalizar del curso, serán capaces de comprender y aplicar los principales elementos teórico – prácticos para el análisis de la estrategia competitiva, considerando el entorno competitivo que enfrentan las organizaciones y cómo estas desarrollan capacidades competitivas o cooperativas. El curso se basa en clases expositivas y participativas en base a lecturas, discusión de casos y tutorías. Se evaluará con informe escrito basado en el estudio de un caso, presentaciones orales de los resultados y un examen teórico-práctico.

II. RESULTADOS DE APRENDIZAJE

1. Analizar las características estructurales de una industria y las dinámicas competitivas que posicionan a la empresa mediante estrategias competitivas.
2. Analizar los diferentes tipos de ventaja competitiva y sus formas de implementación en los mercados.
3. Analizar la dinámica de la rivalidad competitiva, incluyendo la acción y la respuesta competitiva ante escenarios de mercado específicos.
4. Identificar problemas de decisión estratégica que consideren escenarios del mundo real.
5. Reconocer las decisiones estratégicas que presentan desafíos legales y hacer las recomendaciones apropiadas para la toma de decisiones de negocios.

III. CONTENIDOS

1. El concepto de estrategia.
2. Análisis de la industria y de la competencia.
 - 2.1 Análisis de industria.
 - 2.2 Estructura y Dinámica competitiva.
 - 2.3 Rivalidad y competencia disruptiva.
3. Ventaja competitiva.
 - 3.2 Naturaleza y fuentes de las ventajas competitivas.
 - 3.2 Modelos de negocios.
 - 3.3 Recursos y capacidades.
4. Estrategias de negocios y su análisis.
 - 4.1 Diversificación.
 - 4.2 Integración vertical
 - 4.3 Estrategias de cooperación.

IV. ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS

- Clases expositivas y participativas.
- Lecturas.
- Discusión de casos.
- Tutorías.

V. ESTRATEGIAS EVALUATIVAS

- Informe escrito de estudio de caso : 30%
- Presentación oral : 30%
- Examen : 40%

VI. BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía mínima.

- Porter, M. (2008) “¿Qué es la Estrategia?” HBR
- Collis, D. J., & Rukstad, G. (2008) “¿Puede usted decir cuál es su Estrategia?” HBR
- Ghemawat, P. & Rivkin, J. (2002) “La creación de una ventaja competitiva”
- Porter, M. (2008) “Las 5 fuerzas competitivas que le dan forma a la estrategia” HBR
- Collis, D., & Montgomery, C. (2008) “Competir con los recursos” HBR
- Bagley, C. E. (2008). Winning legally: The value of legal astuteness. *Academy of Management Review*, 33(2), 378-390.
- Yu, H. C., Kuo, L., & Kao, M. F. (2017). The relationship between CSR disclosure and competitive advantage. *Sustainability Accounting, Management and Policy Journal*.
- Evans, J. W., & Gabel, A. L. (2020). Legal Entrepreneurship and the Strategic Virtues of Legal Uncertainty. *American Business Law Journal*, 57(3), 593-646.

Bibliografía complementaria

- Bruner R. F. (2001) “Note to the student: How to study and discuss cases” U. of Virginia
- Ellet, W. (2007) “How to discuss a case” HBS Press
- Brandenburger, A. & Nalebuff, B. (1995) “The right game: Use game theory to shape strategy” HBR
- Prahalad, C. K., & Hamel, G. (1990) “The core competence of the corporation” HBR