**Asignatura: DIRECCIÓN ESTRATEGICA DE AGRONEGOCIOS I (07-00107)**

**Año: 2020**

**SÍNTESIS CONCEPTUAL DE LA ASIGNATURA Y FUNDAMENTACIÓN**

La presente asignatura tiene como objetivos desarrollar una visión global integradora, a través del análisis de escenarios futuros, con la aplicación de los distintos instrumentos de técnicas de management. Con lo anteriormente expuesto desarrollaremos una metodología para el diseño de un plan estratégico integral, que se constituya como un mapa de ruta de la gestión empresaria y facilite la optimización de la toma de decisiones.

**OBJETIVOS GENERALES**

Profundizar la comprensión del planeamiento estratégico como proceso en el cual quienes dirigen una organización diseñan su futuro y desarrollan los procedimientos y operaciones necesarias para alcanzarlo.

**OBJETIVOS PARTICULARES**

* Incorporar a los esquemas de razonamiento un modelo completo para desarrollar el planeamiento de la dirección estratégica.
* Comprender las diversas fases que componen el proceso de dirección estratégica.
* Aplicar las principales herramientas que se utilizan para cubrir las fases del proceso de dirección estratégica.
* Simular el desarrollo del proceso de dirección estratégica, mediante la aplicación de los esquemas y herramientas plateadas, a casos de empresas reales y notorias, desarrollados de tal manera que permitan a los maestrandos la traslación de la experiencia a su propio desempeño directivo.

**CONTENIDOS**

Unidad 1: INTRODUCCIÓN

 Pensamiento Estratégico

* Las tareas de la dirección estratégica
* La dirección estratégica como proceso
* Desarrollo de una visión estratégica: sistémica y sistemática
* Fijación de objetivos
* Creación de una estrategia: proceso de definición estrategias funcionales

Unidad 2: ANÁLISIS DEL ENTORNO

* Pasos para evaluar la posición estratégica
* Evaluación de la naturaleza del entorno: escenarios
* Auditoria de la influencia del entorno
* Identificación de las fuerzas competitivas del sector
* Identificación de la posición competitiva de la organización
* Factores competitivos de éxito de la organización

Unidad 3: ANÁLISIS DE LA CAPACIDAD ESTRATÉGICA

Comportamientos Estratégicos

* Evaluación de los recursos de la organización
* Identificación y evaluación de las competencias y capacidades de la organización
* Costo estratégico
* Cadena de valor

Unidad 4: ESTRATEGIA Y VENTAJA COMPETITIVA

* Estrategias genéricas
* Estrategias de integración
* Estrategias ofensivas y defensivas
* Estrategias para competir en mercados emergentes
* Estrategias para competir en mercados de alta velocidad
* Estrategias para competir en sectores en maduración
* Estrategias para competir en sectores estancados o en declive
* Estrategias para competir en sectores fragmentados
* Estrategias para competir en mercados internacionales
* Estrategias para los líderes del sector
* Estrategias para los que ocupan el segundo lugar
* Estrategias para organizaciones competitivamente débiles
* Estrategias para competir en mercados globalizados
* Estrategias y modelos de negocio para la era de Internet
* Diversificación: oportunidad, propósito, estrategias posibles
* Evaluación de la estrategia de compañías diversificadas
* Análisis del ajuste estratégico
* Análisis del ajuste de recursos
* Estrategia corporativa

Unidad 5: PUESTA EN MARCHA DE LA ESTRATEGIA

* Principales tareas para la puesta en práctica de la estrategia
* Presupuestos, políticas, mejores prácticas y mejoramiento continuo, sistemas de apoyo y sistemas de recompensa.
* Cultura corporativa
* Liderazgo estratégico.

**METODOLOGÍA DE LA ENSEÑANZA - APRENDIZAJE**

La asignatura ha sido diseñada para favorecer un aprendizaje activo. Las actividades serán organizadas de la siguiente manera:

ACTIVIDADES DE LA CÁTEDRA: repaso y agrupamiento de los principales conceptos teóricos en base a los contenidos de la bibliografía principal, con el soporte de las transparencias y notas adicionales que se proporcionarán durante el transcurso de la asignatura.

ACTIVIDADES DE LOS MAESTRANDOS: a lo largo de la asignatura, los maestrandos se constituirán en grupos, los que desarrollarán trabajos de aplicación y transferencia de los contenidos de la asignatura.

A tal efecto, a manera de cierre de cada bloque conceptual, cada grupo expondrá sus conclusiones, permitiendo la incorporación de todas las visiones de los participantes.

**BIBLIOGRAFÍA**

**a) Recomendada:**

Anna Muni - Marcel Planellas, (2015). Las decisiones Estratégicas. Los 30 modelos más útiles.

Random House. España

Costas Cleri. Estrategia Bonsai (2016). Granica.

Hill C Jones. (2015) Administración Estratégica: Teoría y Casos. Un enfoque integrado. Cengage. México DF.

Exploring Strategy. Johnson Scholes y otros (2018) (EBook)

b**) Complementaria:**

Alvarado Ledesma, M. (2003). *La Argentina Agrícola.* Buenos Aires: El Ateneo.

Alvarado Ledesma, M. (2007). *Agronegocios.* Buenos Aires: El Ateneo YENNY.

Baker, G. A., Grunewald, O., & Gorman, W. D. (2002). *Introduction to Food and Agribusiness*

*Management.* Santa Clara, California: Prentice Hall.

Chandrashekar, H. (2012). *Agribusiness Management: Challenges, Opportunities & Strategies.*

Lambert.

Downey, D. W., Akridge, J. T., Barnard, F. L., & Erickson, S. P. (2001). *Agribusiness*

*Management. 3rd edition.* West Lafayette, Indiana: McGraw-Hill College.

Garrido Buj, S. (2012). *Dirección Estratégica.* Madrid: MCGRAW-HILL /

INTERAMERICANA DE ESPAÑA.

Grant, R. S. (2006). *Dirección Estratégica. 5ª Edición.* Civitas Thompson Reuters.

Greco, C. (2004). *Dirección estratégica.* Quilmes: Universidad Nacional de Quilmes.

Guerra Espinal, G. (2002). *El agronegocio y la empresa agropecuaria frente al siglo XXI.* San

José, Costa Rica: IICA.

Guerra Espinal, G., & Aguilar Valdés, A. (1997). *La Planificación Estratégica en el*

*Agronegocio.* México, D.F.: Limusa.

Hax, A., & Majluf, N. (1997). *Estrategias para el liderazgo competitivo.* Buenos Aires:

Granica.

Hill, C. W., & Jones, G. R. (2014). *Administración Estratégica, un enfoque integrado.* México,

DF: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA.

Jansen, K., & Vellema, S. (2004). *Agribusiness and Society: Corporate Responses to*

*Environmentalism, Market Opportunities and Public Regulation.* Palgrave Macmillan.

Johnson, G., Scholes, K., & Whittington, R. (2006). *Dirección estratégica* (7 ed.). (Alhambra,

Ed.) Madrid: Pearson: Educación.

León, C. (2007). *Gestión empresarial para agronegocios* (www.eumed.net/libros/2007c/318/

ed.). (Eumed, Ed.) Lambayeque, Perú: Departamento de Ciencias Empresariales – USAT.

Mintzberg, H., Quinn, J. B., & Voyer, J. (1997). *El proceso estratégico: conceptos, contextos y*

*casos.* México, D.F.: Pearson Educación.

Mintzberg, Lampel, & Lastrad. (2013). Strategy Safari. *Gestión*, 113 p.

Morrisey, G. L. (1996). *Pensamiento estratégico.* México, D.F.: PRENTICE HALL

HISPANOAMERICANA.

Ordóñez, H. (2009). *Nueva Economía y Negocios Agroalimentarios.* Buenos Aires: Facultad de

Agronomía UBA - Colección Agronegocios.

Rama, R. (2004). *Multinational Agribusinesses.* CRC Press; 1 edition (December 23, 2004).

Schneeberger, K. G., Beierlein, J. G., & Osburn, D. D. (2003). *Principles of Agribusiness*

*Management.* Waveland Pr Inc.

Steiner, G. A. (2003). *Planeación Estratégica. Lo que todo director debe saber. Una guía paso*

*a paso.* México, D.F.: CECSA.

Thompson, A. A., Gamble, J. E., Peteraf, M. A., & Strickland, A. J. (2012). *Administración*

*estratégica. Teoría y casos* (Decimoctava ed.). México, D.F.: McGraw Hill.

Yavitz, B., & Newman, W. H. (1985). *Estrategia en Acción: Ejecución, Políticas y Resultados*

*de Planeación Comercial.* México, D.F.: CECSA.

**TRABAJOS PRÁCTICOS**

Para los trabajos prácticos de la materia, se abordará el análisis grupal de casos, con el propósito de simular las partes relevantes de un proceso completo de dirección estratégica, a los fines de permitir la transferencia de los contenidos del mismo a las propias organizaciones en las que se desempeñan los maestrandos.

**CRITERIOS Y FORMAS DE EVALUACION**

La evaluación será el resultado de la apreciación de la participación en clase y de la realización de las actividades de aplicación grupales. Nota mínima de aprobación: 7 (siete).

**CONDICIONES PARA OBTENER LA REGULARIDAD**

La regularidad se obtiene cumpliendo con el 65% de asistencia a las clases teóricas y/o prácticas, y obteniendo una calificación mínima de siete (7) puntos en las evaluaciones prácticas y parciales si las hubiere.

**CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES**

Clase 1: Las tareas de la dirección estratégica. La dirección estratégica como proceso. Desarrollo de una visión estratégica. Fijación de objetivos. Creación de una estrategia.

Clase 2: Análisis del Entorno. Pasos para evaluar la posición estratégica. Evaluación de la naturaleza del entorno. Auditoría de la influencia del entorno. Identificación de las fuerzas competitivas del sector. Identificación de la posición competitiva de la organización. Factores competitivos de éxito de la organización.

Clase 3: Análisis de la Capacidad Estratégica. Evaluación de los recursos de la organización. Identificación y evaluación de las competencias y capacidades de la organización. Costo estratégico. Cadena de valor.

Clase 4: Estrategia y ventaja comparativa. Estrategias genéricas. Estrategias de integración. Estrategias ofensivas y defensivas. Estrategias para competir en mercados emergentes. Estrategia para competir en mercados de alta velocidad.

Clase 5: Estrategias para competir en sectores de maduración. Estrategias para competir en sectores estancados o en declive. Estrategias para competir en sectores fragmentados. Estrategias para competir en mercados internacionales.

Clase 6: Estrategias para los líderes del sector. Estrategias para los que ocupan el segundo lugar. Estrategias para organizaciones competitivamente débiles. Estrategias para competir en mercados globalizados. Estrategia y modelos de negocio para la era de Internet.

Clase 7: Diversificación: oportunidad, propósito, estrategias posibles. Evaluación de la estrategia de compañías diversificadas. Análisis del ajuste estratégico. Análisis del ajuste de recursos. Estrategia corporativa.

Clase 8: Principales tareas para la puesta en práctica de la estrategia.

Supuestos, políticas, mejores prácticas y mejoramiento continuo, sistemas de apoyo y sistemas de recompensa. Cultura corporativa. Liderazgo estratégico.