

ASIGNATURA			H/S/S	CRÉDITOS
REINVENCIÓN DE NEGOCIOS		TEÓRICA	4	8
CLAVE	SIGLA	PRÁCTICA	0	0
21863	AE169	TOTAL	4	8
COORDINACIÓN				
NEGOCIOS INTERNACIONALES (120)				

PRERREQUISITOS

OBJETIVOS GENERALES

1. Señalar cómo el diseño estratégico del negocio genera valor al cliente.
2. Evaluar los impactos de diseños organizacionales alternativos en el desempeño competitivo del negocio.
3. Identificar los elementos organizacionales que trabajan y soportan conjuntamente una organización centrada en el cliente-mercado.
4. Describir las culturas y procesos requeridos para reinventar una organización con base en los cambios del entorno.
5. Construir un sistema organizacional con la capacidad de re-inventarse a sí mismo.

TEMARIO

1. El mundo en el cambio y el cambio en el mundo.
2. Los nuevos medidores de desempeño del negocio.
3. Dimensiones del diseño del negocio.
4. El negocio multiplicador de beneficios.
5. La capacidad de anticipación al cambio contra la capacidad de adaptación al cambio.
6. Innovación en el diseño del negocio y las zonas de beneficios.
7. La base compartida de conocimiento, la cultura centrada en el cliente- mercado y la configuración organizacional flexible.

BIBLIOGRAFÍA

- *Slywotsky, Adrián * Morrison , David, How Digital is Your Business, Mercer Management Consulting Inc., Crown Business, 2002, Nueva York
- *Kotler, Philip *Jain, Dipak *Maesincee, Suvit, Marketing Moves: A New Approach to Profits, Growth, and Renewal, Harvard Business School Press, 2002, Cambridge, Ma
- *Carrión, Juan Carlos, Culturas innovadoras, Lid, 2009, Madrid
- *Shaker, Zahra, Corporate Entrepreneurship and Growth, Edward Elgar, 2005, Cheltenham, UK ; Northampton, Mass.
- *Ordoñez, Rubén, Cambio, creatividad e innovación: desafíos y respuestas, Granica, 2010, Buenos Aires