

IDENTIFICACIÓN:

FACULTAD: CIENCIAS SOCIO ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES.

PROGRAMA ACADÉMICO: PROFESIONAL EN MERCADEO

NOMBRE DEL MÓDULO/CURSO: GERENCIA ESTRATÉGICA COMERCIAL

Modalidad: Presencial: Virtual:

Tipo módulo/curso: Módulo Integrador	Teórico. <input checked="" type="checkbox"/>	Práctico. <input type="checkbox"/>	Teórico Práctico. <input type="checkbox"/>	Semestre académico:	X
--	---	---	---	----------------------------	----------

CRÉDITOS: 3

TTD: 24 Horas

TTI: 120 Horas

Código Módulo/curso: FCS021V

Requisitos y Correquisitos: GESTIÓN DE CALIDAD

FECHA DE ELABORACIÓN:
01/03/2019

VERSIÓN: 01

FECHA DE ACTUALIZACIÓN:
30/06/2021

JUSTIFICACIÓN:

El módulo de Gerencia Estratégica Comercial forma parte del plan de estudios del programa Profesional en Mercadeo en el décimo semestre del nivel universitario, como componente profesional, en modalidad virtual.

El curso Gerencia Estratégica Comercial se diseñó como parte de las herramientas gerenciales al evaluar el comportamiento de los mercados, a partir de la comercialización de las empresas en un mundo globalizado y competitivo.

Teniendo en cuenta lo expuesto por (Infante, 2019), los desafíos y oportunidades de negocios han implicado cambios en los roles gerenciales tradicionales. La idea es establecer la ruta más eficiente al desarrollar la visión y misión empresarial que permita estar en constante evaluación para la toma de decisiones acertadas y oportunas utilizando las fortalezas para disminuir el nivel de impacto de las organizaciones.

El módulo prepara al futuro profesional para enfrentar estratégicamente los constantes desafíos de la Gerencia, así como fomentar en ellos habilidades que puedan aportar a las organizaciones su enfoque sistémico alrededor de asuntos como el diagnóstico de su situación actual frente al mercado local e internacional con quien hoy coexiste, tendencias, integración entre áreas funcionales internas, desarrollo de habilidades gerenciales, propuestas estratégicas de crecimiento y desarrollo de la empresa, entre otros.

En los años 90, las teorías clásicas de la administración de empresas solían estar fundamentadas en la productividad, venta y utilidades a favor de sus accionistas, sin embargo, en vista de la aparición de productos sustitutos en el mercado, y con ello la proliferación de marcas, la alta competitividad hoy en día es un punto álgido de atención para las organizaciones, sea cual sea su oferta al mercado.

El desarrollo del módulo Gerencia Estratégica Comercial responde a las necesidades detectadas y expuestas en los diferentes planes de desarrollo a escala nacional y regional. De igual manera, atiende a los avances, actualización y pertinencia del conocimiento, al considerar las principales tendencias disciplinares que caracterizan el área de formación de este módulo.

PROBLEMA(S) A RESOLVER:

¿De qué manera el estudiante, diseña un modelo de control y gestión que integre los niveles de dirección, estratégico, táctico y operativo para la toma de decisiones gerenciales y de negocio en una organización de negocio nacional e internacional?

COMPETENCIA(S) ESPECÍFICA(S):	CRITERIOS DE EVALUACIÓN:
<p>1. Conoce el proceso de control de gestión empresarial desde una perspectiva integral para fortalecer la planeación a partir de las diferentes metodologías.</p> <p>2. Aplica herramientas de control estratégico para guiar el avance de la organización a partir de la materialización de su visión.</p> <p>3. Realiza un seguimiento en torno de la implementación de las estrategias para alcanzar los objetivos propuestos a partir de un plan de acción.</p>	<p>1.1 Definir los conceptos básicos de estrategias, brechas e iniciativas a partir de la importancia de la planeación estratégica en el contexto empresarial</p> <p>1.2 Describir los métodos de ejecución estratégica a partir del Balance Score Card como sistema de administración que retroalimenta a la empresa para su crecimiento sostenible.</p> <p>2.1 Establecer las políticas que rigen al producto en los mercados internacionales a partir de la normatividad de cada país en la búsqueda de nuevos mercados</p> <p>2.2 Seleccionar los requisitos para participar en ferias internacionales a partir de la internacionalización de la mezcla de mercado.</p> <p>3.1 Determinar las normas nacionales e internacionales a partir de la participación en misiones internacionales para la internacionalización del producto.</p> <p>3.2 Establecer los objetivos básicos para la elaboración de un plan de mercadeo internacional a partir de la investigación de mercados.</p>
COMPETENCIA(S) GENÉRICA(S):	CRITERIOS DE EVALUACIÓN

COMPETENCIAS GENÉRICAS	RESULTADOS DE APRENDIZAJE
<p>1. AUTONOMÍA EN EL APRENDIZAJE:</p> <p>Evalúa su proceso de aprendizaje con el fin de establecer estrategias de mejora, de tal manera que se garantice el cumplimiento de sus propósitos de formación y las responsabilidades asumidas.</p>	<p>RA1. Realizar autoevaluación sobre el proceso de aprendizaje siguiendo los criterios establecidos en la Institución para tal fin.</p> <p>RA2. Establecer estrategias de aprendizaje autónomo durante el desarrollo de las competencias de formación atendiendo a los retos establecidos en la autoevaluación.</p>

<p>2. COMUNICACIÓN EN LENGUA MATERNA Y EXTRANJERA:</p> <p>Emplea la lengua materna y una lengua extranjera para comunicarse de forma oral y escrita, con entendimiento en contextos sociales y culturales variados, empleando diferentes códigos y herramientas, dentro de un proceso metacognitivo</p>	<p>RA1: Aplicar las técnicas de comunicación verbal y no verbal de acuerdo con sus características y los contextos comunicativos.</p> <p>RA2: Elaborar argumentos en torno a una tesis planteada considerando los referentes teóricos.</p> <p>RA3: Utilizar un lenguaje coherente de acuerdo con el contexto comunicativo oral o escrito.</p> <p>RA4: Producir textos mediante el uso de un lenguaje preciso y coherente en los procesos comunicativos relacionados con el área disciplinar atendiendo a las normas de escritura vigente.</p>
<p>3. ECO-COMUNIDADES DE APRENDIZAJE:</p> <p>Potencia las capacidades y la productividad del equipo de trabajo, a partir del conocimiento de sus dinámicas internas, sus habilidades y recursos para la comunicación y consecución de objetivos comunes.</p>	<p>RA1. Colaborar con sus pares en las actividades académicas relacionadas con la resolución de problemas, análisis de casos o desarrollo de proyectos.</p> <p>RA2. Complementar las acciones de sus compañeros en los procesos colaborativos considerando los propósitos de formación</p> <p>RA3. Proponer soluciones de manera colaborativa a problemas identificados teniendo en cuenta los contextos dados</p>
<p>4. PENSAMIENTO CIENTÍFICO:</p> <p>Resuelve problemas del contexto mediante una determinada metodología de investigación para generar conocimiento y actuar con mayor impacto en la realidad, considerando los pre-saberes, el trabajo colaborativo y el compromiso ético</p>	<p>RA1. Caracterizar el contexto de la situación problema utilizando los postulados del método científico.</p> <p>RA2. Realizar recolección de datos a partir de técnicas que faciliten la caracterización de una realidad determinada.</p> <p>RA3. Generar conclusiones que impacten la realidad a partir de la comprobación o refutación de la hipótesis.</p> <p>RA4. Presentar aportes teóricos válidos y confiables propios del campo disciplinar.</p>
<p>5. GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN DIGITAL:</p> <p>Gestiona la información relacionada con un determinado proceso de la realidad con el fin de generar comprensión y conocimiento, teniendo como referencia los retos del contexto, las herramientas de planificación, y las tecnologías de la información y la comunicación.</p>	<p>RA1: Realizar búsquedas de información atendiendo a criterios previamente definidos para desarrollar actividades de aprendizaje.</p> <p>RA2: Evaluar la información usada en las tareas de aprendizaje y evaluación a través de herramientas que permitan comprobar la validez y confiabilidad de la misma.</p>

	<p>RA2: Seleccionar herramientas que faciliten la gestión de la información digital en los procesos de aprendizaje</p> <p>RA3: Usar herramientas que optimicen el trabajo de gestión de la información digital en los procesos de aprendizaje.</p>
<p>6. PENSAMIENTO CREATIVO E INNOVADOR: Desarrolla pensamiento creativo e innovador para enriquecer sus propuestas logrando la transformación de las mismas, frente a las necesidades y retos en los diferentes contextos.</p>	<p>RA1. Desarrollar estrategias de acción orientadas a la transformación de la realidad mediante la contextualización de actividades y tareas que benefician la mejora del proceso.</p> <p>RA2. Producir diferentes alternativas para el desarrollo de actividades considerando el aporte de otras perspectivas y la flexibilidad de pensamiento.</p> <p>RA3. Crear soluciones a los problemas identificados considerando la gestión de los recursos e indicadores de efectividad.</p> <p>RA4. Producir innovaciones en diferentes campos del quehacer humano considerando diagnósticos frente a una problemática existente.</p>
<p>7. PENSAMIENTO CRÍTICO Y RESOLUCIÓN DE PROBLEMAS: Reflexiona sobre las consecuencias y efectos de las decisiones, conclusiones e interpretaciones con el fin de argumentar su análisis con base en criterios de autonomía y compromiso intelectual.</p>	<p>RA1: Identificar un problema con base en el diagnóstico de la realidad considerando una metodología determinada.</p> <p>RA2: Explicar un problema a partir de conceptos, teorías o metodologías de fuentes rigurosas.</p> <p>RA3: Planificar la resolución de un problema a partir del análisis de la mejor opción, con apoyo en un cronograma de actividades.</p> <p>RA4: Construir opciones para resolver un problema a partir de los objetivos planteados.</p> <p>RA5: Proponer soluciones en atención a la problemática considerando los recursos, el talento humano, el tiempo y la complejidad de la opción.</p>
<p>8. PARTICIPACIÓN DEMOCRÁTICA: Promueve mecanismos de responsabilidad y participación democrática para la construcción de una sociedad libre e igualitaria, desde el análisis de los principios que sostienen el Estado Social de Derecho.</p>	<p>RA1: Planear procesos de participación política a partir de sus competencias profesionales.</p> <p>RA2: Diseñar mecanismos de reconocimiento igualitario de los miembros de las comunidades en las que impacta desde su perfil profesional.</p>

	RA3: Proponer estrategias de consolidación democrática a partir de los escenarios significativos en los que se desempeña.
<p>9. PLURALISMO Y DIVERSIDAD SOCIAL:</p> <p>Fomenta el pluralismo y la diversidad en la construcción de identidades con el fin de maximizar la valoración de las diferencias a partir del estudio de procesos de reconocimiento de derechos civiles y sociales.</p>	<p>RA1: Promover procesos que permitan el reconocimiento de identidades a partir de proyectos asociados a su perfil profesional.</p> <p>RA2: Ejecutar proyectos que fomenten el reconocimiento de la diversidad en escenarios socio políticos y culturales en un contexto determinado.</p> <p>RA3: Diseñar programas que fomenten el reconocimiento de la diversidad a partir de la interacción con poblaciones minoritarias.</p>
<p>10. PAZ Y CONVIVENCIA:</p> <p>Fortalece procesos de construcción de paz y convivencia, desde la revisión de sus experiencias en sociedad, para contribuir a la construcción de una sociedad justa, equitativa y en paz.</p>	<p>RA1: Diseñar procesos que reconocen las potencialidades de las comunidades en la construcción de una sociedad en paz desde el ejercicio de sus competencias profesionales.</p> <p>RA2: Planear estrategias que favorezcan la convivencia en comunidad a partir de los procesos de la negociación, la resolución de conflictos y la reconciliación.</p>

ESTRATEGIA METODOLÓGICA:

Aprendizaje Basado en Proyectos (ABPr): Esta metodología es definida por el Buck Institute for Education como “un método sistemático de enseñanza que compromete a los estudiantes en conocimientos esenciales y en habilidades que mejoran su vida a través de un proceso de indagación prolongado y autodirigido, estructurado alrededor de preguntas auténticas y complejas y de productos y tareas cuidadosamente diseñadas.

Corredor, Pérez y Arbeláez (2009, p. 183) destacan las siguientes características del ABPr:

1. Parte de las concepciones previas de los estudiantes
2. Los contenidos de los proyectos son relevantes para los estudiantes, puesto que se vinculan con las situaciones reales.
3. Integra actividades teóricas, prácticas, técnicas y tecnológicas.
4. Favorece el tratamiento de temas de forma interdisciplinaria y el trabajo colaborativo de los estudiantes.
5. Facilita la valoración de los niveles de conocimiento de los alumnos, el desarrollo de habilidades y la detección de actitudes y valores.
6. Permite la identificación inmediata de dificultades durante el proceso y la definición de planes de mejora que posibiliten seguir adelante.
7. Facilita la interrelación de tareas, puesto que exige el tratamiento de un tema en forma interdisciplinaria.

8. Las actividades para el desarrollo de los proyectos favorecen, entre otros procesos, la búsqueda de la información, la construcción de conceptos, evidenciar competencias en escenarios reales, resolver problemas, asumir tareas de la vida profesional, entre otras.
9. Promueve la evaluación en base a evidencias (portafolios, diarios, grabaciones, entre otros).
10. Demanda un trabajo y un esfuerzo colaborativo.

En toda la propuesta se abordarán tres (3) ejes conceptuales que se integran en uno, conformando la apuesta pedagógica diferenciadora e Institucional de la UTSVirtual.

CRITERIOS GENERALES DE EVALUACIÓN:

Unidad:	Tipo de evaluación:	Momentos:	Evidencias:	Porcentajes:
Reconoce. (1 semana).	Autoevaluación.	Inicial, de tipo diagnóstica.	Identificación, de la problemática. Alternativas de solución, de la problemática, evaluación, y decisión.	2%
Ponderado Unidad Reconoce.				2%
Desarrolla. (7 semanas).	Heteroevaluación.	Durante, de tipo formativa.	Propuesta del plan de trabajo. Ejecución del plan de trabajo. Evaluación de los resultados, obtenidos. Construcción del informe final, y de la sustentación	60%
Ponderado unidad Desarrolla				60%
Consolida (2 semanas).	Coevaluación Heteroevaluación.	Al finalizar, de tipo sumativa.	Presentación del informe final.	20%
			Sustentación individual.	18%
Ponderado Unidad Consolida.				38%
Total Ponderado				100%

SABERES POR UNIDAD/SECCIÓN/UNIDAD:			
“Para lograr un determinado resultado de aprendizaje, ¿Qué contenidos formativos (conceptuales, procedimentales, y actitudinales) se deben abordar y cómo se han de estructurar?”			
Unidad / tiempo	Conceptuales	Procedimentales	Actitudinales
Unidad 1. GERENCIA ESTRATÉGICA (2 Semanas)	<ul style="list-style-type: none"> •Conceptos básicos: estrategia, brechas, iniciativas, planeación. •Importancia de la planeación •Barreras para la ejecución de la estratégica •Ciclo Estratégico y claves para le ejecución Estratégica •Métodos de ejecución estratégica 	Identificación de los conceptos básicos de las estrategias y demás conceptos para aplicar Establecimiento de la importancia de la planeación y sus barreras Evaluación de cómo se desarrolla el ciclo estratégico para su ejecución Identificación de los métodos de ejecución de las estrategias para aplicar en las organizaciones	Responsabilidad para actuar con madurez y sentido de respeto. Cumplimiento en la entrega de actividades requeridas para trabajar en la plataforma. Puntualidad en tiempos de entrega de las actividades, y en la participación en las estrategias propuestas en el módulo, establecidas por la institución. Actitud colaborativa a nivel grupal.
Unidad 2. PLANEACIÓN ESTRATÉGICA COMERCIAL (3 semanas)	<ul style="list-style-type: none"> •El Balanced Score Card (BSC), como sistema de administración que retroalimenta al negocio. •Perspectivas del BSC •Mapa Estratégico e indicadores Estratégicos 	Identificación de las características del modelo BSC y su importancia en las organizaciones Diseño de un mapa estratégico para implementar en una organización.	Responsabilidad para actuar con madurez y sentido de respeto. Cumplimiento en la entrega de actividades requeridas para trabajar en la plataforma. Puntualidad en tiempos de entrega de las

	<ul style="list-style-type: none"> •Cuadro de Mando Integral •Método de ejecución estratégica •Plan de acción estratégica •Ejecutar plan •Sistema de información Integral 	<p>Establecimiento de los métodos de ejecución de las estrategias</p> <p>Establecimiento de un plan de acción para aplicar en las empresas.</p>	<p>actividades, y en la participación en las estrategias propuestas en el módulo, establecidas por la institución.</p> <p>Actitud colaborativa a nivel grupal.</p>
<p>Unidad 3.</p> <p>LEGISLACIÓN INTERNACIONAL</p> <p>(2 semana)</p>	<ul style="list-style-type: none"> •Introducción a la Legislación Internacional •Relación y diferencia entre legislación internacional y nacional. •Comportamiento de la legislación internacional. •Teorías y modelos en América Latina. •Evolución de la legislación internacional colombiana. •Actualidad de la agenda internacional de Colombia. 	<p>Identificación de la importancia de la legislación internacional para la promoción de productos.</p> <p>Identificación de la diferencia de legislación nacional y la internacional para las estrategias de productos servicios.</p> <p>Establecimiento de la importancia de estar actualizado en la agenda de comercio internacional de Colombia</p>	<p>Responsabilidad para actuar con madurez y sentido de respeto.</p> <p>Cumplimiento en la entrega de actividades requeridas para trabajar en la plataforma.</p> <p>Puntualidad en tiempos de entrega de las actividades, y en la participación en las estrategias propuestas en el módulo, establecidas por la institución.</p> <p>Actitud colaborativa a nivel grupal.</p>

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.

- Carnicer, D. (2013). El Precio en el Marketing Internacional. Lima, Perú: ESIC.
- Czinkota, M. (2013). Marketing Internacional – 10ª edición. C.M., México: Cengage Learning.
- Martínez, J. (2017). Marketing Internacional. C.M., México. Editorial Paraninfo.
- O'brien, J. (2019). Category management in purchasing: a strategic approach to maximize business profitability. Kogan Page Publishers.
- Stoyanova, V. (2018). David J. Teece's Dynamic Capabilities and Strategic Management: Organizing for Innovation and Growth. Macat Library.

WEBGRAFIA:

Videos

- UTS virtual (junio 30 de 2018), Procesos de Lectura y Escritura. Recuperado de: <http://educacionvirtual.uts.edu.co/moocs/LECTURA%20Y%20ESCRITURA.html>
- UTS virtual (junio 30 de 2018), Potencia tus ideas. Recuperado de: <http://educacionvirtual.uts.edu.co/moocs/Potencia%20tus%20ideas%20a%20trav%C3%A9s%20del%20arte.html>
- UTS virtual (junio 30 de 2018), Argumentando Ando. Recuperado de: <http://educacionvirtual.uts.edu.co/moocs/Argumenta>

Página de internet

- Pensemos (2018). Balanced Score Card o Cuadro de Mando Integral: Todo lo que debe saber. Recuperado de <https://pensemos.com/balanced-scorecard/>

Artículo de prensa en línea

- EAE B. S., Harvard Deusto. (11, 11, 2015). Beneficios de exportar productos o servicios. Retos Directivos. Recuperado de <https://retos-directivos.eae.es/cuales-son-los-beneficios-de-exportar-productos-o-servicios/>
- Forbes Coaches Council. (20 de noviembre de 2017). What makes a good Leader? Key differences between Management and Leadership. Forbes. Recuperado de <https://www.forbes.com/sites/forbescoachescouncil/2017/11/20/what-makes-a-good-leader-key-differences-between-management-and-leadership/#44cde04cdf5>
- Martín, J. L. (22, 04, 2014). Decálogo con criterios clave a la hora de seleccionar un país para establecerse. Empresa Exterior. Recuperado de <https://empresaexterior.com/art/47739/10-criterios-en-la-seleccion-de-un-pais-para-la-internacionalizacion-de-tu-empresa>

Libros digitales

- Sánchez, G. M. (2018). Gestión estratégica, innovación y prospectiva en comunicación: Bases, técnicas y casos prácticos. Recuperado de <https://ebookcentral-proquest-com>
- Giraldo, O. M., y Juliao, D. (2016). Gerencia de Marketing. Barranquilla, Colombia: UN Editorial. Recuperado de <https://ebookcentral-proquest-com>

Artículo online

- Cardona, M., Duque, E. (2014). La Gerencia Estratégica y los Nueve Entornos Competitivos. Suma de Negocios. 5(10). Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/275836786_La_gerencia_estrategica_y_los_nuevos_entornos_competitivos

MEDIOS AUDIOVISUALES:

Grupo de Educación Virtual y TIC. (1 de diciembre de 2017). Potencia tus ideas a través del arte [Archivo de video]. Recuperado de <https://youtu.be/cqWAZBcjg98>

Grupo de Educación Virtual y TIC (1 de diciembre de 2017). Argumentando ando [Archivo de video]. Recuperado de <https://youtu.be/kU0jS86aSoU>

SOFTWARE, AULAS VIRTUALES Y OTROS ESPACIOS ELECTRÓNICOS

Twitter

Conciencia Estrategica [CEstrategiK] (03, 03, 2019). El Gerente como líder socialmente responsable [Tuit]. Recuperado de <https://twitter.com/cestrategik/status/1102346182758748160?s=12>

Entrada de blog

Bernal, W. (30 de noviembre de 2017). Paso a paso: Cómo hacer una planeación estratégica para tu agencia. [Entrada de blog]. Blog de Marketing Digital de Resultados. Recuperado de <https://www.rdstation.com/blog/es/planeacion-estrategica/>

Llamazares, O. (14 de septiembre de 2016). ¿Qué es Marketing Internacional?: Concepto y Estrategias [Entrada de blog]. Global Negotiator. Recuperado de <https://www.globalnegotiator.com/blog/marketing-internacional-cursos/>

Llamazares, O. (20 de enero de 2017). Inteligencia Competitiva Internacional: 10 Herramientas (Entrada de blog). Global Negotiator. Recuperado de <https://www.globalnegotiator.com/blog/inteligencia-competitiva-internacional-negocios-herramientas-ejemplos/>

Pon Staff. (10 de septiembre de 2018). Top 10 International Business Negotiation Case Studies [Entrada de blog]. Program on Negotiation – Harvard Law School. Recuperado de <https://www.pon.harvard.edu/daily/international-negotiation-daily/top-negotiation-case-studies-in-international-negotiations-from-business-and-global-politics/>