



Dirección Estratégica + Diploma Universitario

Duración: 85 horas

Modalidad: Online

Coste Bonificable: 670 €

Objetivos del curso

- Conocer el perfil estratégico de la empresa para detectar su relación producto mercado.
- Conocer la tipología de políticas estratégicas genéricas, así como las actuaciones ante los riesgos de algunas estrategias.
- Adquirir los conocimientos necesarios sobre el proceso y los principios básicos en la organización del benchmarking.
- Conocer el impacto de las nuevas tecnologías en el mercado y la necesidad de adaptación en la gestión de las empresas.

Contenidos

UD1. Competitividad y management estratégico.

- 1.1. Introducción.
- 1.2. Competitividad empresarial y ventajas competitivas.
- 1.3. La ventaja competitiva y la generación de valor añadido.
- 1.4. El pensamiento estratégico.
 - 1.4.1. El management estratégico.
- 1.5. Política, planificación y estrategia de adaptación en un entorno competitivo.
- 1.6. Previsión, prospectiva y métodos de escenarios.
- 1.7. El análisis estratégico.
 - 1.7.1. El análisis DAFO.
- 1.8. La estrategia y sus componentes como origen del sistema de objetivos de la empresa.



UD2. Organización y estructura estratégica.

- 2.1. Visión, misión y valores de empresa.
- 2.2. La cultura de empresa y la estrategia.
 - 2.2.1. Elementos para identificar la cultura.
 - 2.2.2. Dirección estratégica y cultura empresarial.
- 2.3. Organización, estructura y estrategia.
 - 2.3.1. Componente humano en la administración.
 - 2.3.2. Estructura organizativa.
 - 2.3.3. Tipos de estructuras.
- 2.4. Las decisiones estratégicas.
- 2.5. Toma de decisiones estratégicas.
 - 2.5.1. Tipología de las decisiones.
- 2.6. Niveles de planificación y decisión estratégica.
 - 2.6.1. Estrategia corporativa, de negocio y funcional.
- 2.7. Las unidades estratégicas de negocio en grupos empresariales.
 - 2.7.1. Definición e identificación de las unidades estratégicas.

UD3. Análisis del entorno general de la empresa y el entorno específico.

- 3.1. Análisis del entorno general de la empresa.
 - 3.1.1. Implicaciones de los cambios del entorno.
- 3.2. Análisis del entorno específico de un sector.
 - 3.2.1. Análisis de la oferta.
 - 3.2.2. Análisis del comportamiento del entorno.
- 3.3. El entorno competitivo: análisis de Porter.
 - 3.3.1. Fuerza de competitividad sectorial.
- 3.4. Amenazas de ingreso de nuevos competidores.
- 3.5. Rivalidad entre los competidores existentes.
 - 3.5.1. Elementos definidores del grado de rivalidad.
- 3.6. Amenaza de productos sustitutivos.
- 3.7. Poder de negociación de los clientes.
- 3.8. Poder de negociación de los proveedores.

UD4. Diagnóstico interno y diagnóstico estratégico.

- 4.1. Análisis funcional y diagnóstico interno.
 - 4.1.1. Análisis de las cuatro áreas funcionales.
- 4.2. Perfil estratégico de la empresa.
 - 4.2.1. Áreas del análisis funcional.
 - 4.2.2. Análisis de apalancamientos.
- 4.3. La cadena de valor.
- 4.4. Diagnóstico estratégico: modelos de matrices/cartera.

- 4.4.1. Limitaciones de los modelos de matrices.
- 4.4.2. Utilidad de las matrices.
- 4.4.3. La matriz de BCg o matriz de crecimiento - cuota de mercado.
- 4.4.4. Matriz posición competitiva - atractivo del sector o matriz Electric - Mckinsey.
- 4.5. Posición competitiva -madurez o matriz A.D.L.

UD5. Políticas de crecimiento y desarrollo empresarial.

- 5.1. Estrategias genéricas competitivas.
 - 5.1.1. Tipología de las estrategias genéricas.
 - 5.1.2. Riesgos en la implementación.
 - 5.1.3. Riesgos en la estrategia de los costes más bajos.
 - 5.1.4. Riesgos en la estrategia de diferenciación.
 - 5.1.5. Riesgos de la estrategia de especialización.
- 5.2. Formas de crecimiento empresarial.
- 5.3. Integración vertical y diversificación.
 - 5.3.1. La integración vertical.
- 5.4. Estrategias de internacionalización y globalización de la empresa.
 - 5.4.1. Ventajas de la internacionalización.
 - 5.4.2. La definición de una estrategia de exportación: primer paso para la globalización de la empresa.
- 5.5. Alianzas estratégicas.
 - 5.5.1. Razones para llevar a cabo una alianza estratégica.
 - 5.5.2. Beneficios y costes de las alianzas estratégicas.
 - 5.5.3. Tipos de alianzas estratégicas.

UD6. Herramientas estratégicas de gestión.

- 6.1. El benchmarking como herramienta estratégica de gestión.
 - 6.1.1. El proceso de benchmarking.
 - 6.1.2. Factores críticos de éxito.
 - 6.1.3. Errores frecuentes ¿por qué fracasa el benchmarking?.
 - 6.1.4. Tipos de benchmarking.
- 6.2. Calidad total y mejora continua.
 - 6.2.1. Los costes de la calidad.
 - 6.2.2. Mejora continua.
- 6.3. Gestión de la innovación.
 - 6.3.1. Innovación de ruptura.
 - 6.3.2. La innovación incremental.
 - 6.3.3. ¿Qué hace innovadora una empresa?.
 - 6.3.4. Las personas en la innovación.
 - 6.3.5. Factores que favorecen la innovación.



www.formatesincoste.com

info@formatesincoste.com

Tfno: 956 074 222/655 617
059

Fax: 956 922 482

6.4. El papel de las nuevas tecnologías en los cambios de la gestión.

6.4.1. Efectos de las NNTT.

6.4.2. Impactos en la comunicación.

6.4.3. Desaparecen las herramientas tradicionales de comunicación.

6.5. La gestión del conocimiento en la organización.

6.5.1. Metodología.