

Fundamentos de estrategia

Modalidad: curso e-Learning Duración: 50 horas

Categorías: Administración y gestión

OBJETIVOS

- Aumentar la competitividad de la empresa logrando ventajas competitivas.
- Incrementar el valor añadido para aumentar la ventaja competitiva.
- Usar el management estratégico y las principales variables que maneja.
- Realizar análisis según el método DAFO.
- Saber qué son la misión, la visión y los valores de una empresa y comprender cómo afectan a la definición de estrategias.
- Estimar el impacto de la cultura y la estructura empresariales en la adopción de estrategias.
- Adoptar decisiones estratégicas de forma correcta y eficaz.
- Conocer qué son y cómo funcionan las unidades estratégicas de negocio.

CONTENIDOS

UD1.Competitividad y management estratégico

1. Introducción
 - 1.1 Adaptación permanente
 - 1.2 Ventajas competitivas
2. Competitividad empresarial y ventajas competitivas
 - 2.1. Origen de las ventajas competitivas
3. Estrategias de generación de valor añadido
4. El pensamiento estratégico y el management estratégico
 - 4.1. Las aptitudes para el management estratégico
5. Política, planificación y estrategia de adaptación en un entorno competitivo
6. Previsión, prospectiva y método de escenarios
 - 6.1. Métodos de previsión
 - 6.2. Métodos de prospectiva
7. El análisis estratégico D.A.F.O.
 - 7.1 Otras herramientas de análisis estratégico
8. La estrategia y sus componentes como origen del sistema de objetivos de la empresa
 - 8.1. El ámbito (scope) y campo de actividad
 - 8.2. Las capacidades distintivas
 - 8.3. Las ventajas competitivas

8.4. La sinergia

UD2.Organización y estructuras estratégicas

1. Misión de una empresa
2. Visión de una empresa
3. Valores de una empresa
1. Cultura de la empresa y estrategia.
2. Decisiones estratégicas.
3. Toma de decisiones estratégicas.
4. Niveles de planificación y decisión estratégica: Corporativa, de negocio y funcional.
5. Unidades estratégicas de negocio

UD3.Análisis del entorno general y del entorno específico

1. Entorno competitivo general y específico.
 - 1.1.1 Niveles del entorno.
 - 1.1.2 Entorno específico.
 - 1.1.3 Elementos que pueden afectar al entorno.
2. Análisis de fuerzas en el entorno competitivo.
3. Amenazas provenientes de los competidores.
4. Poder de negociación.

UD4.Diagnóstico Interno y diagnóstico estratégico

1. Análisis funcional
2. Perfil estratégico de la empresa
 - 2.1 Modelo Canvas
3. Cadena de valor.
4. Diagnóstico estratégico.
5. Modelos de matrices.

UD5.Políticas de crecimiento y desarrollo empresarial

1. Estrategias competitivas.
 - 1.1 Tipos de estrategias genéricas.
 - 1.2 Riesgos en la implementación.
 - 1.3 Riesgos de la estrategia de los costes más bajos.
 - 1.4 Riesgos de la estrategia de diferenciación.
 - 1.5 Riesgos de la estrategia de especialización.
2. Formas de crecimiento empresarial.
3. Integración y diversificación.
4. Estrategias de Internacionalización y globalización de la empresa.
5. Alianzas estratégicas.

UD6.Herramientas estratégicas de gestión

1. Benchmarking.
 - 1.1.1 Objetivos del benchmarking

- 1.1.2 Tipos de benchmarking
- 1.1.3 Fases del benchmarking
- 1.1.4 Como herramienta de desarrollo
- 1.1.5 Beneficios del benchmarking en la organización
- 1.1.6 Benchmarking digital
- 1.1.7 Conclusiones
- 2. Calidad total y mejora continua.
 - 2.1 Los costes de la calidad
 - 2.2 Mejora continua
 - 2.3 Grupos de mejora
 - 2.3.1 ¿Qué es un grupo de mejora?
 - 2.3.2. Utilidad de los grupos de mejora
 - 2.3.3 Claves del éxito
- 3. Gestión de la innovación y el conocimiento.
 - 3.1. Innovación de ruptura
 - 3.2. La innovación incremental
 - 3.3. ¿Qué hace innovadora a una empresa?
 - 3.4. Las personas en la innovación
 - 3.5. Factores que favorecen la innovación
- 4. El papel de las Nuevas Tecnologías en los cambios de la gestión
 - 4.1. Efectos de las NTI
 - 4.2. Desaparecen las herramientas tradicionales de comunicación
 - 4.3 La gestión del conocimiento en la organización