

Dirección Estratégica

Modalidad: Teleformación

Duración: 80 horas

Titulación expedida por la Universidad Rey Juan Carlos¹

Objetivos

- 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.

Índice

UD1. Competitividad y management estratégico.

- 1.1. Introducción
- 1.2. Competitividad empresarial y ventajas competitivas
- 1.3. Estrategias de generación de valor añadido
- 1.4. El pensamiento estratégico y el management estratégico
- 1.5. Política, planificación y estrategia de adaptación en un entorno competitivo
- 1.6. Previsión, prospectiva y método de escenarios
- 1.7. El análisis estratégico “d.a.f.o.”
- 1.8. La estrategia y sus componentes como origen del sistema de objetivos de la empresa

UD2. Organización y estructura estratégicas.

- 2.1. Visión, misión y valores de empresa
- 2.2. La cultura de la empresa y la estrategia
- 2.3. Organización, estructura y estrategia
- 2.4. Las decisiones estratégicas
- 2.5. Toma de decisiones estratégicas
- 2.6. Niveles de planificación y decisión estratégica: corporativa, de negocio y funcional
- 2.7. Las unidades estratégicas de negocio en grupos empresariales

¹ Una vez superado el curso

UD3. Análisis del entorno general y el entorno específico.

- 3.1. Análisis del entorno general de la empresa
- 3.2. Análisis del entorno específico de un sector
- 3.3. El entorno competitivo: análisis de porter (análisis de las 5 fuerzas)
- 3.4. Amenazas de ingreso de nuevos competidores
- 3.5. Rivalidad entre los competidores existentes
- 3.6. Amenaza de productos sustitutivos
- 3.7. Poder de negociación de los clientes y proveedores

UD4. Diagnóstico interno y diagnóstico estratégico.

- 4.1. Análisis funcional y diagnóstico interno
- 4.2. Perfil estratégico de la empresa
- 4.3. La cadena de valor
- 4.4. Diagnóstico estratégico: modelos de matrices/cartera

UD5. Políticas de crecimiento y desarrollo empresarial.

- 5.1. Estrategias genéricas competitivas
- 5.2. Formas de crecimiento empresarial
- 5.3. Integración vertical y diversificación
- 5.4. Estrategias de internacionalización y globalización de la empresa
- 5.5. Alianzas estratégicas

UD6. Herramientas estratégicas de gestión.

- 6.1. El benchmarking como herramienta estratégica de gestión
- 6.2. Calidad total y mejora continua
- 6.3. Gestión de la innovación
- 6.4. El papel de las nuevas tecnologías en los cambios de la gestión
- 6.5. La gestión del conocimiento en la organización