

Diplomado

Gestión Estratégica Empresarial

Duración 136 horas

Objetivo general:

Que los participantes, directivos y empresarios adquieran y/o refuercen los conocimientos y habilidades relevantes y necesarias para apoyar su eficaz desempeño y contribución, a los objetivos estratégicos de las empresas u organizaciones que representan.

Beneficio:

El gran valor agregado de este diplomado es que los participantes podrán hacer una aplicación práctica en la toma de decisiones de sus empresas, aportando elementos que conduzcan al logro de los objetivos estratégicos de dichas corporaciones.

Este programa tiene una lógica de proceso que implica la conexión que debe existir entre el pensamiento estratégico del equipo directivo y su interpretación del entorno, a fin de definir y posteriormente implantar la estrategia con una orientación flexible y alineada con la visión de negocio que se pretende. Adicionalmente, este programa proporciona a los participantes con una clara identificación de su perfil de liderazgo y sus implicaciones en el proceso de guiar y dirigir al equipo que realiza los procesos mencionados. Incluye una simulación en la que se pone en práctica todo lo aprendido o reforzado por los participantes. Y Finaliza con módulo de casos, que incluso estarán trabajando a lo largo del diplomado para con base en este trabajo previo, durante el módulo se presentarán casos individuales ante un panel de expertos y ante sus compañeros con la intención de que puedan ser retroalimentados y llevar a la práctica inmediatamente.

Dirigido a:

Directores y Empresarios

Requisito:

Grado profesional concluido.

Tres años en un puesto de nivel directivo o bien, cinco años en un puesto de nivel gerencial.

Contenido:

Módulo 1 Gestión de iniciativas estratégica

Desarrollar en el directivo la capacidad de poder observar, resolver y enfocar las acciones de forma estratégica en la gestión del capital humano para atraer, retener y potenciar el valor estratégico de la gente y obtener a través de ellos la ventaja competitiva de la empresa.

Temario

1. Aprender a pensar estratégicamente
2. El contexto del S. XXI
3. Fuerza laboral intergeneracional
4. Gestión del talento

5. Puestos clave para implementar la estrategia
6. Nuevas competencias: Soft skills
7. Características asociadas a la innovación
8. El activo mayor: la cultura organizacional
9. Potenciando el valor estratégico de la gente
10. Pasos para lograr la ventaja competitiva a través del capital humano.

Duración del módulo: 8 horas

Módulo 2 Creación de ventaja competitiva

En este módulo se busca que los participantes se actualicen en la comprensión de la dinámica de los principales procesos económicos, sociales, tecnológicos, demográficos y políticos del país y, en general, de las principales tendencias en el mundo. Además que adquieran herramientas y técnicas que le permitan manejar dicha información con una perspectiva amplia, para incorporarla en su toma de decisiones, además de revisar los elementos básicos de una organización moderna (cultura, misión, visión, horizonte), además la aplicación del pensamiento estratégico al entorno competitivo y al diseño de procesos estratégico.

Temario

1. Un marco de referencia para los negocios en un mundo global.
2. El nuevo orden mundial.
3. Los cambios en el orden y su dinámica.
4. La cultura y su influencia en la administración.
5. Los nuevos paradigmas de la alta dirección, como respuesta a los cambios del entorno.
6. Construcción del futuro estratégico.
7. Cambio estratégico.
8. Cultura, misión, visión y horizonte estratégicos.
9. Intención estratégica (core competences).
10. Valores del directivo estratégico y su influencia en la cultura organizacional.
11. El proceso de la administración estratégica (esbozo general)

Duración del módulo: 16 horas

Módulo 3 Evaluación del impacto económico de las decisiones

Que los participantes puedan formular estrategias, utilizando las herramientas de análisis que les permitan construir o mantener las ventajas competitivas de la empresa y puedan desarrollar la habilidad de establecer conexiones entre entorno, organización y los propósitos del empresario y la tarea del directivo, además de que el participante refuerce su habilidad para implantar la estrategia competitiva para la empresa, insertándola en la estructura organizativa más adecuada para la consecución de los objetivos deseados, y la puedan hacer operativa mediante las políticas y directrices efectivas.

Temario

1. El ambiente externo; su análisis.
2. El ambiente interno; su análisis.
3. Identificación de los factores clave del éxito.
4. Identificando y construyendo las ventajas competitivas.
5. La cadena de valor.
6. La estrategia como resultado del análisis.
7. La estrategia competitiva, los diferentes tipos de ventaja.
8. La administración estratégica; una síntesis.
9. El proceso de implantación de la estrategia.
10. La estrategia de la empresa.

11. Organización y estructura de la organización.
12. Los sistemas directivos de control y medición del desempeño.
13. Las políticas mayores en los negocios.
14. La cultura de la empresa: ¿una mega política?

Duración del módulo: 16 horas

Módulo 4 Ventaja centrada en el capital humano

Este módulo está diseñado para determinar que debe incluirse y que no debe incluirse en las iniciativas estratégicas de las empresas. Abarca de manera breve, las áreas del conocimiento de alcance, integración, tiempo, recursos humanos, comunicaciones; enunciadas en el PMBOK quinta edición.

Como objetivo es revisar procesos asociados a la metodología del Project Management Institute, para la gestión de proyectos. Desarrollar procedimientos que nos permitan: Definir el alcance, gestionar el talento, establecer un plan, y los elementos de monitoreo y control de un proyecto de iniciativas estratégica.

Temario

1. Gestión del alcance y la integración de las estrategias.
 - 1.1. Breve introducción a la gestión de proyectos.
 - 1.2. Administrar el acervo de información de los módulos anteriores.
 - 1.3. Determinación del alcance y objetivos de las estrategias competitivas
2. Administración efectiva del tiempo
 - 2.1. Administración del talento basado en competencias.
 - 2.2. Desarrollo y determinación de cronogramas.
3. Desarrollo de la estrategia de acción
 - 3.1. Plan de Gestión de iniciativas estratégicas.
4. Control y monitoreo
 - 4.1. Elementos de control y administración de cambios
 - 4.2. Fundamento para el desarrollo de las lecciones aprendidas.
 - 4.3. Generar un círculo virtuoso de mejora continua en la gestión de estrategias

Entregables:

Se proveerá de herramientas y procesos que basados en la metodología del PMBOK versión 5, permita el desarrollo de entregables, que servirán como elementos de evaluación y además constituirán parte del acervo de documentos y / o procesos desarrollados durante el diplomado.

1. Desglose estructurado del trabajo.
2. Cronograma
3. Control integral de cambios.
4. Acervo del talento basado en competencias.
5. Proceso de control y seguimiento.
6. Carpeta de administración del proyecto.

Duración del módulo: 16 horas

Módulo 5 Creación de valor en la cadena de operaciones

En este módulo los participantes adquirirán los conceptos y las herramientas para diseñar la estrategia financiera de la empresa y alinearla con los procesos que la posición competitiva de la empresa demanda.

Temario

1. La estrategia competitiva de la empresa y sus implicaciones financieras.
2. Las decisiones financieras de inversión, financiamiento y retribución al accionista.

3. La administración del ciclo operativo de la organización.
4. La administración de los proyectos de inversión: el presupuesto de capital de la empresa.
- 4.1. Los métodos en los que el valor del dinero no cambia con el tiempo.
- 4.2. Los métodos en los que el valor del dinero sí cambia a lo largo del tiempo.
5. El costo de capital y la estructura de capital de la empresa.
6. La administración del riesgo financiero de la cartera de proyectos de inversión de la empresa.
7. La generación de valor mediante decisiones financieras.

Duración del módulo: 16 horas

Módulo 6 Posicionamiento y estrategia de mercado

En este módulo los participantes adquirirán una perspectiva de la estrategia de mercadotecnia de las organizaciones, su alineación con la estrategia competitiva y con un énfasis en el cliente, así como en el proceso de su implantación.

Temario

1. La estrategia competitiva de la empresa y la estrategia de mercadotecnia.
2. El paradigma del cliente como elemento central de la estrategia de mercadotecnia.
3. Construyendo la relación con el cliente.
4. El proceso de implantación de la estrategia de mercado.
5. Los procesos de servicio al cliente y la ventaja competitiva de la empresa.
6. La evaluación de éxito de las estrategias de mercado y de servicio.
7. Métodos y sistemas de evaluación del servicio.

Duración del módulo: 16 horas

Módulo 7 Casos de negocios

En este módulo los participantes adquirirán los conceptos más importantes que estructuran la estrategia de operaciones de la empresa y su relación con sus principales proyectos (supply chain management), y las relaciones que la alinean con la estrategia competitiva de la organización.

Temario

1. La estrategia de operaciones de la empresa.
2. Los procesos de supply chain management y sus implicaciones de información y reporte.
3. Los principales proyectos relacionados.
4. Los costos de la operación de la empresa y la relación con la productividad.
5. La estrategia del mercado y servicio al cliente y las operaciones.

Duración del módulo: 16 horas

Módulo 8 Simulación estratégica de negocios

En esta simulación de tres días continuos, los participantes se conformarán en equipos (empresas) y competirán en un entorno que busca reflejar la realidad, para lograr los objetivos de mercado, de rentabilidad y efectividad en el manejo de una cartera de proyectos, tal cual ocurriría en una situación de la vida real. En esta simulación los participantes integrarán todos los conocimientos, habilidades y herramientas adquiridas a lo largo del diplomado, poniéndolos en juego en un proceso de competencia.

Temario

1. Los objetivos de la simulación.

2. Los objetivos de los equipos.
3. El equipo de trabajo, los roles y responsabilidades; la definición de la función.
4. La formulación de un plan estratégico a largo plazo.
5. Toma de decisiones
6. Informe a los accionistas
7. Revisión de procesos

Duración del módulo: 16 horas

Módulo 9 El nuevo entorno de los negocios sus paradigmas y el pensamiento estratégico

Los participantes presentarán el diagnóstico de su empresa con base en todo el conocimiento adquirido a lo largo del programa, y tanto el instructor como el resto del grupo darán retroalimentación para mejorar el desempeño de las organizaciones participantes.

Temario

1. Presentación de casos
2. Sesión de consejo

Duración del módulo: 16 horas