

Diplomado

Estrategias de Negocios

Duración 120 horas

Objetivo general:

Desarrollar conocimientos, habilidades y competencias en los participantes en la estrategia, planeación y mejora continua del negocio.

Beneficio:

El participante:

1. Conocerá los fundamentos de la planeación estratégica, delimitará el entorno competitivo de la empresa e identificará las ventajas competitivas de esta.
2. Comprenderá la importancia de la administración financiera y adquieran las herramientas necesarias que les permitan administrar la información contable financiera de una empresa.
3. Conocerá los fundamentos para la selección, definición, desarrollo y evaluación de la estrategia de marketing más adecuada, aplicará la administración de la línea de productos y Trade Marketing.
4. Visualizará la cadena de valor desde una perspectiva integral incluyendo: clientes, centros de distribución, administración de la demanda, logística, manufactura, abastecimientos y proveedores.
5. Conocerán los diferentes métodos de pronósticos para el análisis de la demanda.
6. Analizará la estrategia de precios para aumentar las ventas y ganancias de la empresa.
7. Conocerá el impacto de las tecnologías de información en las organizaciones, distinguirá los diferentes tipos de sistemas de información y su relación con los niveles organizacionales y el tipo de decisiones que apoyan.

Dirigido a:

Licenciados en administración, mercadotecnia, negocios internacionales, finanzas, economía y áreas afines, así como emprendedores de todo tipo.

Ingenieros en todas las especialidades que deseen incursionar en el campo de los negocios

Requisito:

Licenciatura terminada

Experiencia en operaciones empresariales y/o deseo de incursionar en la estrategia de negocios.

Contenido:

Módulo 1 Prospectiva estratégica de negocios

Comprender los aspectos de la prospectiva y de la Estrategia. Conocer y usar las herramientas fundamentales para elaborar modelos prospectivos y estratégicos. Conocer los aspectos instrumentales y alcances de la prospectiva y de la estrategia. Construir escenarios de futuro tanto para sectores industriales como para organizaciones. Desarrollar soluciones y estrategias para los problemas de la organización.

Temario

1. Analizar el entorno competitivo de un sistema o empresa.
2. Identificar las ventajas competitivas de una organización.
3. Definir los objetivos estratégicos de una organización.
4. Definición de líneas estratégicas que impulsen el cumplimiento de los objetivos estratégicos de una organización.
5. Balanced Scorecard en la estrategia de negocios
6. Utilizar a la prospectiva como una forma de lograr el cumplimiento de los objetivos estratégicos de una empresa.

Duración del módulo: 16 horas

Módulo 2 Finanzas y la administración del ciclo productivo del negocio

Que los participantes adquieran las herramientas necesarias que les permitan administrar la información contable financiera de una empresa.

Temario

1. Introducción: Conceptos de administración financiera
2. Análisis del flujo de efectivo.
3. Análisis financiero del capital de trabajo
4. Administración del efectivo y cuentas por cobrar.
5. Administración de inventarios.
6. Administración de precios a corto plazo.
7. Capital de trabajo
8. Ciclo operativo del negocio.

Duración del módulo: 16 horas

Módulo 3 La administración de proyectos

Conocerá el concepto de proyecto y los procedimientos y herramientas de inicio de un proyecto, los procesos de gestión de tiempo de acuerdo al PMBoK, técnicas y herramientas de cálculo de ruta crítica para situaciones bajo certidumbre e incertidumbre. Aplicará software especializado de administración de proyectos para la programación de tiempo y uso de recursos.

Temario

1. Conceptos básicos de administración de proyectos
2. Inicio de un proyecto
3. Definición del Project
4. Identificación de partes interesadas Stakeholders
5. Definición del alcance de un proyecto
6. Desarrollo del WBS work breakdown structure
7. Conceptos de inicio de un proyecto y procesos de administración del tiempo
8. Cálculo de ruta crítica para condiciones de certidumbre
9. Cálculo de ruta crítica para situaciones probabilísticas
10. Uso de software como herramienta de administración de proyectos. MSProject

Duración del módulo: 16 horas

Módulo 4 Marketing estratégico

El participante conocerá los fundamentos para la selección, definición, desarrollo y evaluación de la estrategia de marketing más adecuada.

Temario

1. El concepto de marketing estratégico
2. Tendencias en la industria
3. De las 4 Ps a las 4Cs
4. Segmentación de mercado
5. El producto/servicio
6. Selección y administración de la línea de productos/servicios
7. Análisis del comportamiento del consumidor
8. Trade Marketing: Definición, funciones, ventajas, tendencias
9. Marketing de servicios
10. Satisfacción del cliente
11. Estrategia de posicionamiento
12. Comunicación estratégica
13. Marketing digital
14. Programa de fidelización
15. Administración del precio
16. Diseño de estrategias de marketing
17. ROI y control de marketing
18. Mejores prácticas

Duración del módulo: 16 horas

Módulo 5 Desarrollo del liderazgo personal

Al terminar este módulo, el participante conocerá y analizará: La estrategia de precios para aumentar las ventas y diseñar estrategias de ventas.

Temario

1. Estructura de precios
2. Análisis de la estructura de precios
3. Estrategia de precios y el ciclo de vida del producto
4. Estrategia de propuesta de valor.
5. Análisis de los costos por línea de productos y productos individuales
6. Análisis de precios por territorio de ventas
7. Análisis de la estrategia de venta
8. Desarrollo de una estrategia de venta

Duración del módulo: 8 horas

Módulo 6 Estrategias de la cadena de suministro y planeación de la demanda

Que los participantes fortalezcan sus competencias para influir en sí mismos potenciando así su desempeño y el de sus colaboradores

Temario

1. Inteligencia emocional
2. Liderazgo, equipo, resultados y clima laboral
3. Auto conocimiento y gestión efectiva de personas
4. Competencias críticas de liderazgo y gestión
5. El mando como gestor del desempeño de los equipos de trabajo

Duración del módulo: 24 horas

Módulo 7 Estrategias de negocio basadas en tecnologías de información

Dar un marco estratégico para las decisiones en las fases diseño, planeación y operación dentro de la cadena de suministro. Conocer y aplicar los diferentes métodos de pronósticos para el análisis de la demanda.

Temario

1. Entendiendo la cadena de suministro
2. Estrategia en la cadena de suministro
3. Funciones de la cadena de suministro
4. Desempeño de la cadena de suministro
- Introducción a los pronósticos.
5. Tipos de pronósticos
6. Selección de una técnica de pronósticos en base al patrón de los datos en las series de tiempo.
7. Medición del error de pronóstico.
8. Métodos de promedios móviles y de suavización.
9. Series de tiempo y sus componentes
10. Regresión lineal simple

Duración del módulo: 16 horas

Módulo 8 Estrategias de precios y ventas

Identificar el rol de la tecnología de información en la toma de decisiones estratégicas en un ambiente competitivo para generar valor.

Temario

1. Estrategia y sistemas de información.
2. La arquitectura empresarial y los sistemas en la nube.
3. Sistemas de información empresariales.
4. Negocios electrónicos, comercio electrónico y comercio móvil.
5. Analítica de negocios.
6. Big data y minería de datos.
7. Inteligencia de negocios y toma de decisiones.

Duración del módulo: 8 horas