

Diplomado

Top Management (Virtual)

Duración 135 horas

Objetivo general:

Al finalizar el programa los participantes obtendrán los conocimientos, metodologías y modelos que les faciliten desempeñar una gestión directiva más efectiva incluyendo en su estrategia mejores prácticas de negocios.

Beneficio:

El programa brindará:

1. Una visión global de mejores prácticas de negocios
2. Perfeccionamiento de competencias directivas que les faciliten enfrentar los retos del entorno actual y ejercer una gestión más efectiva.
3. Liderazgo en el diseño de estrategias corporativas
4. Intercambio de experiencias con ejecutivos de alta dirección de distintos sectores empresariales.

Dirigido a:

Directivos, Empresarios y Ejecutivos que por la naturaleza de sus funciones requieran y deseen actualizar sus conocimientos sobre gestión directiva.

Requisito:

Mínimo 3 años de experiencia ocupando posiciones a nivel directivo
Licenciatura terminada

Contenido:

Módulo 1 Los paradigmas del top management ante el nuevo entorno de negocios

Al finalizar el módulo los participantes obtendrán una visión y perspectiva clara del entorno en que se mueven los negocios actualmente. Tendrán la capacidad de análisis e interpretación de los diferentes aspectos que la conforman y de su impacto en la gestión empresarial.

Temario

1. El impacto del entorno en la gestión de negocios
 - 1.1. Económico y regulatorio
 - 1.2. Político y social
 - 1.3. Globalización
2. Cambios y tendencias
 - 2.1. Productos y clientes
 - 2.2. Competidores
 - 2.3. Proveedores
3. Impactos y retos de economías globales

3.1. Identificación de oportunidades de negocios

Duración del módulo: 20 horas

Módulo 2 Estrategia competitiva

Al finalizar el módulo los participantes obtendrán conocimientos y modelos que le faciliten determinar la competitividad del negocio en el que participan, así como el diseño de estrategias que generen valor a la organización.

Temario

1. Diseñando la estrategia del negocio
 - 1.1. Visión y pensamiento estratégico
 - 1.2. Establecimiento de objetivos
 - 1.3. Definición de la estrategia central del negocio
2. Análisis del modelo de negocio
 - 2.1. La propuesta de valor
 - 2.2. Cadena de valor
 - 2.3. Capacidades críticas
3. Estrategia competitiva
 - 3.1. Evaluación de la Industria
 - 3.2. Evaluación de recursos y posición competitiva
 - 3.3. Estrategias distintivas
4. Mejores prácticas de negocios

Duración del módulo: 20 horas

Módulo 3 Dirección del capital humano

Al finalizar el módulo los participantes obtendrán los conocimientos, modelos y herramientas que les faciliten diseñar estrategias de capital humano que alineadas a los objetivos del modelo de negocio genere ventajas competitivas.

Temario

1. Definición de la estrategia de capital humano.
 - 1.1. Alineación de la estrategia a los objetivos del negocio
 - 1.2. ¡Talento! Como ventaja competitiva de la organización
2. Gestión estratégica de capital humano
 - 2.1. Atracción, desarrollo y sucesión
 - 2.2. Desarrollo de culturas organizacionales distintivas
 - 2.3. Estrategias generadoras de valor a la organización
3. Relaciones laborales
 - 3.1. La Reforma laboral y su impacto en los negocios

Duración del módulo: 15 horas

Módulo 4 Dirección de tecnologías de información

Al finalizar el módulo los participantes obtendrán los conocimientos y herramientas que les faciliten definir qué tipo de tecnologías de información son convenientes al modelo de negocio. Comprenderán la importancia de los diferentes sistemas y modelos tecnológicos como diferenciador competitivo.

Temario

1. Evolución tecnológica su impacto e importancia en la gestión de negocios
2. Definición de la estrategia de tecnología de información
 - 2.1. Estrategia de TI y su alineación a los objetivos del negocio
 - 2.2. Innovación y Tecnología como ventaja competitiva
3. Aplicaciones empresariales: eficiencia y optimización de procesos
 - 3.1. ERP
 - 3.2. CRM
 - 3.3. SCM
4. Business Intelligence como herramienta para la toma de decisiones

Duración del módulo: 15 horas

Módulo 5 Dirección de mercadotecnia

Al finalizar el módulo los participantes obtendrán conocimientos y herramientas que les faciliten diseñar estrategias de Mercadotecnia que generen valor a la organización a través del posicionamiento de marcas y productos y la generación de lealtad de los clientes.

Temario

1. Definición de la estrategia de mercadotecnia
 - 1.1. Alineación del proceso estratégico a los objetivos del negocio
 - 1.2. El entorno y el perfil del consumidor actual
 - 1.3. El cliente, como enfoque central de la estrategia
2. Diseño de la mezcla de mercadotecnia
 - 2.1 Productos y servicios
 - 2.2 Fijación de precios
 - 2.3 Canales de distribución
 - 2.4 Comunicación
3. Estrategias para la generación de valor
 - 3.1. Innovación, calidad y servicio
 - 3.2. La satisfacción del cliente

Duración del módulo: 15 horas

Módulo 6 Modelos de gestión para la generación de valor

Al finalizar el módulo los participantes comprenderán la importancia de un sistema de información financiera veraz y oportuno, podrán analizar e interpretar los diferentes estados financieros que la conforman. Interpretarán los principales indicadores financieros para una acertada toma de decisiones

Temario

1. Estrategia financiera y su generación de valor a los accionistas
 - 1.1. Los objetivos corporativos
2. Finanzas para la toma de decisiones
 - 2.1. Análisis e interpretación del sistema financiero
 - 2.2. Análisis e interpretación de los principales indicadores financieros
 - 2.3. Toma de decisiones financieras
3. Evaluación de proyectos de inversión
 - 3.1. Importancia de la evaluación de proyectos
 - 3.2. Metodología y técnicas de la evaluación de proyectos

Duración del módulo: 15 horas

Módulo 7 Responsabilidad social y sustentabilidad

Al finalizar el módulo los participantes obtendrán los conocimientos y modelos que les faciliten evaluar la conveniencia del establecimiento de alianzas estratégicas, fusiones y adquisiciones comprenderán sus implicaciones, ventajas y desventajas.

Temario

1. Alianzas estratégicas.
 - 1.1. Tipos de alianzas
 - 1.2. Ventajas y desventajas de las alianzas.
2. Fusiones y adquisiciones.
 - 2.1. Fusiones, adquisiciones y su ventaja competitiva.
 - 2.2. Ventajas y desventajas
 - 2.3. Metodología para su evaluación estratégica.

Duración del módulo: 15 horas

Módulo 8 Dirección financiera

Al finalizar el modulo los participantes obtendrán conocimientos sobre el tema de responsabilidad social su inserción en la estrategia corporativa y su vinculación con la sustentabilidad del negocio como una de las mejores prácticas de negocio.

Temario

1. Responsabilidad social y sustentabilidad
 - 1.1. La empresa y su responsabilidad con los stakeholders
 - 1.2. Responsabilidad social y su impacto en la gestión de negocios
 - 1.2.1 Económico
 - 1.2.2 Ambiental
 - 1.2.3 Social
2. Cambio climático
 - 2.1. Situación ambiental a nivel global
 - 2.2. Retos, riesgos y oportunidades para los negocios
 - 2.3. Mejores prácticas de empresas líderes
3. Legislación a nivel global y de país
 - 3.1. Normas de acreditación ESR
 - 3.2. Informe de sostenibilidad
 - 3.3. Global Reporting Initiative (GRI)

Duración del módulo: 20 horas