

DIRECCIÓN Y GESTIÓN DE EMPRESAS



DURACIÓN

150 horas

Fecha del curso: Pendiente de confirmación



INFORMACIÓN

Cámara de Comercio Huelva



DIRIGIDO A

Emprendedores y empresarios que
necesiten mejorar su formación en este área



METODOLOGÍA

Formación online



PRECIO

Gratuito



TITULACIÓN OBTENIDA

Diploma acreditativo

1. COMPETITIVIDAD Y MANAGEMENT ESTRATÉGICO

- 1.1. Introducción
- 1.2. Competitividad empresarial y ventajas competitivas
- 1.3. La ventaja competitiva y la generación de valor añadido
- 1.4. El pensamiento estratégico
- 1.5. Política, planificación y estrategia de adaptación en un entorno competitivo
- 1.6. Previsión, prospectiva y métodos de escenarios
- 1.7. El análisis estratégico
- 1.8. La estrategia y sus componentes como origen del sistema de objetivos de la empresa

2. ORGANIZACIÓN Y ESTRUCTURA ESTRATÉGICA

- 2.1. Visión, misión y valores de empresa
- 2.2. La cultura de 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
- 2.7. Las unidades estratégicas de negocio en grupos empresariales

3. ANÁLISIS DEL ENTORNO GENERAL DE LA EMPRESA 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
- 3.4. Amenazas de ingreso de nuevos competidores
- 3.5. Rivalidad entre los competidores existentes

- 3.6. Amenaza de productos sustitutos
- 3.7. Poder de negociación de los clientes
- 3.8. Poder de negociación de los proveedores

4. 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
- 4.5. Posición competitiva -madurez o matriz A.D.L.

5. 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

6. 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

7. INTRODUCCIÓN AL CUADRO DE MANDO INTEGRAL

- 7.1. Origen del Cuadro de Mando Integral
- 7.2. Porqué es tan importante implantar un CMI

- 7.3. CMI y la estrategia
- 7.4. Formato del CMI
- 7.5. Obstáculos en la implantación del CMI

8. LAS PERSPECTIVAS DEL CUADRO DE MANDO INTEGRAL

- 8.1. Construcción del cuadro de mando: las perspectivas
- 8.2. Definición de la visión y la estrategia de la empresa
- 8.3. Las perspectivas del Cuadro de Mando Integral
- 8.4. La perspectiva financiera
- 8.5. Los indicadores de la perspectiva financiera y el ciclo de vida del negocio
- 8.6. Los objetivos estratégicos de la perspectiva financiera
- 8.7. La perspectiva del cliente
- 8.8. La perspectiva interna
- 8.9. La perspectiva de aprendizaje
- 8.10. Procesos que se estudian en la Perspectiva de Aprendizaje
- 8.11. Caso práctico: definición de objetivos estratégicos y perspectivas del Cuadro de Mando Integral

9. EL CUADRO DE MANDO INTEGRAL COMO INSTRUMENTO PARA IMPLANTAR LA ESTRATEGIA EN LA EMPRESA

- 9.1. Introducción
- 9.2. Concepto de estrategia
- 9.3. La construcción de un sistema de gestión estratégica y la implantación del Cuadro de Mando Integral
 - 9.3.1. Cuadro de Mando y estructura organizativa
 - 9.3.2. La alineación estratégica
 - 9.3.3. Definición de metas y objetivos estratégicos
 - 9.3.4. Identificación de iniciativas

- 9.3.5. Asignación de recursos y presupuestos

10. IMPLANTACIÓN DE UN PROGRAMA DE GESTIÓN DE CUADRO DE MANDO INTEGRAL

- 10.1. Sistema de gestión del Cuadro de Mando Integral y la estructura organizativa
- 10.2. Los Centros de responsabilidad
- 10.3. Tipos de Centros de responsabilidad
 - 10.3.1. Centros de costes, de ingresos, de beneficios y de inversión
 - 10.3.2. Indicadores de evaluación por centro de responsabilidad
- 10.4. Asignación de objetivos e indicadores a cada centro de responsabilidad
- 10.5. Evaluación de la eficacia y la eficiencia del centro de responsabilidad
- 10.6. Conclusión

11. INDICADORES Y RATIOS

- 11.1. Utilización de ratios como indicadores del Cuadro de Mando Integral
- 11.2. Los Ratios financieros
 - 11.2.1. Ratios de rentabilidad
 - 11.2.2. Ratios de liquidez
 - 11.2.3. Ratios de endeudamiento
 - 11.2.4. Rotación de activos
- 11.3. Otros indicadores no financieros

12. APLICACIONES INFORMÁTICAS PARA LA ELABORACIÓN DEL CUADRO DE MANDO INTEGRAL

- 12.1. El cálculo automatizado de los indicadores del Cuadro de Mando Integral
- 12.2. Aplicaciones ad-hoc CMI con complementos
- 12.3. Aplicaciones analíticas con módulo CMI (Cuadro de Mando Integral)

