

DIRECCIÓN Y GESTIÓN DE EMPRESAS



DURACIÓN

250 horas (2 meses y medio)



METODOLOGÍA

Formación online a través de plataforma



PRECIO

Gratuito



REQUISITOS FINALIZACIÓN

- Visualización: + 75% contenidos en plataforma
- Evaluación final: Realizar prueba



TITULACIÓN OBTENIDA

Diploma acreditativo



OBJETIVOS

- Conocer el perfil estratégico de la empresa para detectar su relación producto – mercado.
- Estudiar la tipología de políticas estratégicas genéricas, así como las actuaciones ante los riesgos de competencia de algunas estrategias.

- Conocer 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.

- Aprender a analizar la información presupuestaria para ejecutar el control de gestión. Mostrar el papel de los presupuestos en la planificación de la empresa, describiendo la lógica del proceso del ciclo presupuestario. Introducir el análisis de desviaciones.

- Preparar los datos y la información para elaborar los indicadores del Cuadro de Mando Integral, calculando los diferentes ratios a utilizar.

- Dar una caracterización propia al auditor de gestión, separada de la del auditor externo.

- Distinguir correctamente los diferentes centros de responsabilidad, definiendo los objetivos controlables y aprendiendo a decidir las asignaciones de recursos discrecionales.

- Conocer los sistemas de precios de transferencias entre centros de costes.

- Informarse sobre diferentes aplicaciones informáticas que se utilizan en la elaboración del Cuadro de Mando Integral.

Programa

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 sustitutivos.
- 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).



UNIÓN EUROPEA
Fondo Social Europeo
El FSE invierte en tu futuro

Cámara
de Comercio de España

Cámara
Córdoba